

Tartu Ülikool  
Filosoofia ja semiootika instituut

# **OBJEKTIVSUS JA ETTEVÕTTE SOTSIAALSE VASTUTUSE MÕJU HINDAMINE**

Filosoofia eriala bakalaureusetöö

Frank Christopher Kirch

Juhendaja: Endla Lõhkivi (PhD)

Tartu 2020

## SISUKORD

SISSEJUHATUS .....	3
1. VASTUTUSTUNDLIK ETTEVÕTLUS .....	6
1.1. Vastutustundliku ettevõtluse ajalugu ja mõiste kujunemine .....	6
1.2. Vastutustundliku ettevõtluse definitsioon ja kontseptsiooni kriitika .....	7
1.3. Senised püüdlused hinnata ettevõtete sotsiaalset vastutust .....	9
2. OBJEKTIIVSUS JA SELLE LIIGID .....	13
2.1. Mis on objektiivsus? .....	13
2.2. Objektiivsus, mis iseloomustab inimeste interaktsioone maailmaga .....	14
2.2.1. Manipuleerimisobjektiivsus .....	14
2.2.2. Kokkulangevuse objektiivsus .....	15
2.3. Objektiivsus, mis iseloomustab üksikisiku mõtlemisprotsesse .....	16
2.3.1. Distantseeritud objektiivsus .....	16
2.3.2. Väärtusvaba objektiivsus .....	17
2.3.3. Väärtuste suhtes neutraalne objektiivsus .....	17
2.4. Objektiivsus, mis iseloomustab interaktsioone inimeste vahel .....	18
2.4.1. Protseduuriline objektiivsus .....	18
2.4.2. Objektiivsus kui üksmeelne seisukoht .....	18
2.4.3. Interaktsiooniline objektiivsus .....	19
2.5. Objektiivsus on astme küsimus .....	20
2.6. Subjektiivsus .....	20
3. OBJEKTIIVSUSEST ETTEVÕTTE SOTSIAALSES VASTUTUSES .....	23
3.1. Registrid ja indeksid .....	24
3.2. Ühe ja mitme probleemi indikaatorid .....	27
3.3. Ettevõtte väljaannete analüüsi meetod .....	30
3.4. ESM hindamine indiviidi seisukohast ning sidusrühmade vaatenurgast .....	32
KOKKUVÕTE .....	37
KASUTATUD KIRJANDUS .....	40
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND OBJECTIVITY. SUMMARY .....	44

## SISSEJUHATUS

Inimesed loodavad, et riik hoolitseb oma kodanike eest nii majanduslike kui ka sotsiaalsete raskuste ja keskkonnakaitse vajaduste korral. Samas on ühiskonnal ka ootus ettevõtjatele, et nad võimaldaksid oma äritegevuse tagajärjel elamisväärsel maailma. Riigilt ja ettevõtjatelt oodatakse sotsiaalsete probleemide tundma õppimist ja nende lahendamist. Rahvastik kasvab, majandus globaliseerub, maad võtab masstootmine ja –tarbimine, elukeskkonda ohustavad kliimamuutused, inimeste käekäiku majanduskriisid. Osa neist probleemidest on nii otseselt kui kaudselt põhjustatud korporatsioonide äritegevustest ja nende tagajärgedest. Seda on võimalik tõendada tänu kaasaegsele tehnoloogiale, mis teeb info kättesaadavaks. Ajakirjandus ja meedia levib eri kanaleid pidi järjest laiemas ulatuses. Nendest tehnoloogilistest innovatsioonidest tulenevalt on suurfirmadel oluliselt keerulisem varjata ühiskonda kahjustavaid tegevusi. Ettevõtete võimuses on samas neid sotsiaalseid probleeme ka leevendada ja seeläbi ilmutada sotsiaalset vastutustunnet. Riik pakub suurel hulgal hüvesid, et ettevõtjad arvestaksid sotsiaalsete probleemidega oma äritegevuse käigus. Riigi hüvede näiteks võib tuua otsetoetused ehk dotatsioonid, ettevõtete maksude vähendamise mingite toodete pakkumisel või teenuste osutamisel. Riik saab nõuda ka ettevõtetelt regulatsioonide täitmist, mis kaitsevad keskkonda, nagu näiteks saastennormide kehtestamise kaudu. Kahtlemata on nii riigi kui ettevõtjatel suur roll, kuna nende tegevus mõjutab maailma kui tervikut. Riik kehtestab normid ja piirangud, millest ettevõtja peab kinni pidama. Samas võib riik osutada toetust, kui ettevõtjad teevad seda reguleerimata valdkondades. Sotsiaalne vastutus on ilmtingimata oluline mõiste, mis väärib rohkem tähelepanu.

Bakalaureusetöö teema on “Objektiivsus ja ettevõtte sotsiaalse vastutuse mõju hindamine”, mille keskmes on nii majandusteadusesse kui ärietikasse kuuluv mõiste “ettevõtte sotsiaalne vastutus”, samas ka teadusfilosoofiline objektiivsuse mõiste. Objektiivsus võimaldab teil lahendada hindamise juures olulise probleemi ja seeläbi parandada hindamise meetodeid. Selle mõtestamise alusel saab anda ühiselt mõistetavaid määratlusi nagu näiteks ettevõttele tunnuse, et see on sotsiaalselt vastutustundlik.

“Ettevõtte sotsiaalne vastutus” tuleb inglisekeelsest mõistest (ingl. k. *corporate social responsibility (CSR)*), siis sellest tulenevalt kasutan selles töös sünonüümina määratlusega nagu “vastutustundlik ettevõtlus” ning “ettevõtte sotsiaalne vastutus” või lühendit ESV (ettevõtte sotsiaalne vastutus). Selles töös kasutan läbivalt ka mõistet „ettevõtte sotsiaalse

vastutuse mõju hindamine“, mis tuleb inglise keelsest mõistest (ingl. k. *corporate social performance (CSP)*). Töös kasutan seda tõlkevastena ESV mõju hindamise mõistega või lühendiga ESM (ettevõtte sotsiaalne mõju). Mõiste kuulub vastutustundliku ettevõtluse kontseptsiooni alla ja võimaldab kõikehõlmavalt laialivalguvat ESV valdkonda kontseptsiooni kitsendada, et praktiliselt hinnata ettevõtte äritegevuse vastutustundlikkust viie tunnustatud meetodiga. ESM kirjeldab ettevõtte sotsiaalset vastutustundlikkust hindamise vaatenurgast.

Ettevõtete sotsiaalset vastutust on uuritud erimahulistes akadeemilistes töödes. Oma töös püüan sotsiaalse vastutustundlikkuse mõistet käsitleda teadusfilosoofia vaatekohast, heites valgust sellega kaasnevatele probleemidele. Bakalaureusetöö eesmärk on välja selgitada, milliste meetoditega on ettevõtete sotsiaalse vastutuse mõju hinnatud ning millised on nende meetoditega kaasnevad probleemid. Toon välja teadusfilosoofias kasutatavad objektiivsuse käsitlused või alaliigid, mis aitavad lahendada neid esile kerkinud probleeme. Seeläbi saab ühiskond vältida ettevõtete eksikombel vastutustundlikuna määratlemist, kui nende äritegevus seda tegelikult ei näita.

Ühiskonnaliikmeid ja osapooli, kes on seotud ettevõtte tegevusega võib pidada sidusrühmadeks. Näiteks sidusrühmad ostavad klientidena tooteid, investeerivad väike- ja suurinvestoritena firmasse, panustavad alluvatena oma tööjõuga ning toetavad partneritena ettevõtete koostööd. Kõik need tegevused teevad võimalikuks selle, et ettevõtte tegevus jätkub. Probleem seisneb selles, et sidusrühmad võivad seda heas usus teha, kuigi arvamus, et ettevõtte on vastutustundlik ei pruugi olla kooskõlas sellega, et äritegevusega kaasneb ühiskonnale ebaeetilisi tagajärgi, mida ei saa sotsiaalselt vastutustundlikuks pidada. Seepärast on oluline ettevõtte sotsiaalse mõju hindamise meetodeid parandada, lisades objektiivsuse tingimuse, et sidusrühmade arvamus oleks tegelikkusega paremini kooskõlas.

Bakalaureusetöös väidan, et ettevõtete sotsiaalse vastutuse mõju hindamisel on teatud puudujäägid, näiteks riigiti erinevad hindamise alused, eksitava informatsiooni avaldamine või eelarvamuste eelistamine tõendusmaterjalidele. Neid puudujääke saab analüüsida ja probleeme lahendada teadusfilosoofilise objektiivsuse käsitluse abil. Selleks sobib hästi Heather Douglaste objektiivsuse käsitlus, kuna tema kontseptsiooni kohaselt on objektiivsus tarvilik tingimus usaldusväärse hinnangu andmiseks sotsiaalsele mõju kohta ning näitamaks usaldusväärselt, et ettevõtte on sotsiaalselt vastutustundlik. Tema käsitlused annavad võimaluse vaadelda objektiivsust kolmest erinevast vaatenurgast: inimeste interaktsioone

maailmaga, üksikisiku mõtlemisprotsessidest ning inimeste vaheliste interaktsioonidega. Need kolm suurt iseloomustust annavad laiahaardelise võimaluse analüüsida ettevõtte sotsiaalse mõju hindamise meetodeid samuti kolmest vaatenurgast. Analüüs hõlmab meetodeid deskriptiivsel kujul ning nendes esinevate probleemide võimalikke lahendusi. Tööst jääb piiratud mahu tõttu kõrvale see, kuidas meetodid on läbi ajaloo muutunud, arenenud ning millised need tulevikus peaksid olema – mis tuleneb lahenduste võimalikkusest normatiivselt hindamispraktikate jaoks.

Bakalaureusetöö koosneb kolmest peatükist. Esimeses peatükis tutvustan ettevõtte sotsiaalse vastutustundlikkuse mõistet. Defineerin ettevõtte sotsiaalse vastutuse mõiste ja kirjeldan selle kujunemist läbi ajaloo. Toon välja ka kriitika, mis on esitatud selle mõiste definitsioonile ja vastulaused vastutuse omistamisele.

Teises peatükis selgitan subjektiivsuse ja objektiivsuse mõisteid ning nende alaliike. Peatükk annab ülevaate teadusfilosoofia kirjanduses esile kerkinud objektiivsuse käsitlest ning Heather Douglase kirjeldatud objektiivsuse alaliikidest, mida kasutan põhimõistetena kolmanda peatükki analüüsis. Viimaks võtan vaatluse alla vastanduvaks mõisteks peetud subjektiivsuse.

Kolmandas peatükis hakkan analüüsima sotsiaalset vastutust konkreetsete objektiivsuse alaliikide abil. Eeltoodud analüüsist jõuan järeldusele, missugust objektiivsuse mõistet ja meetodit tuleb silmas pidada sotsiaalse vastutuse määratlemisel ja miks see oluline on. Samuti põhjendan oma valikut, selgitades, miks osa objektiivsuse alaliikidest mõiste analüüsist ära langevad. Viimaks leian sobiva objektiivsuse alaliigi ning demonstreerin, kuidas see täidab oma rolli antud analüüsis.

## 1. VASTUTUSTUNDLIK ETTEVÕTLUS

### 1.1. Vastutustundliku ettevõtluse ajalugu ja mõiste kujunemine

Vastutustundlik ettevõtlus kerkis kirjanduses esile 1950. aastatel, kui Bowen (1953) viitas oma teoses „Social Responsibilities of the Businessman“ suurfirmade majanduslikele ja sotsiaalsetele kohustustele. Bowen defineeris seda järgnevalt - „see viitab äri-mehe kohustusele luua eeskirju, teha otsuseid või järgida tegevusi, mis on soositud ühiskonna väärtustest ja eesmärkidest lähtuvalt“ (1953, 6). Alates sellest ajast on majandusteadlaste seas vastutustundliku ettevõtluse mõiste muutunud ja jagunenud alaliikideks. Samas oleks väär väita, et enne 1950ndaid ei leidnud aset sotsiaalne vastutus ettevõtte äritegevuses.

19. sajandi keskpaigas ja lõpus, tööstusrevolutsiooni-aegses majanduses oli ettevõtjatele oluline töötajate produktiivsuse suurendamine (Crane, Matten, Moon, Siegel, & Carroll, 2008, 2), et kasvatada tootmisliinidel võimekust ning kiirust, seeläbi maksimeerida tootmist. Ühendkuningriikides ja Ameerikas palgati tootmise suurendamiseks tööle ka naised ja lapsed, mille vastu oli palju kriitikat tolleaegses ühiskonnas (Crane *et al.* 2008, 2). Ühiskond ja poliitikud märkasid, et paljud sotsiaalsed probleemid on just seotud tööstustehastega (Crane *et al.* 2008, 2). Seeläbi loodi tööstusliku heaolu või hooldekande (ingl. k. *industrial betterment/welfare*) liikumine, mille eesmärk oli parandada töötajate tingimusi näiteks söögiruumidega, pesumajadega, kasumi jagamisega ning rekreatsiooniliste keskustega (Wren 2005, Crane *et al.* 2008, 2 kaudu). See on üks esimesi tõendatavad juhtumeid klassikalises majanduses, mida saab käsitleda ettevõtte sotsiaalse vastutuse valguses.

Tulles tagasi 20. sajandisse ja vastutustundliku ettevõtluse kontseptsiooni juurde, siis enim tähelepanu on pälvinud Archie Carrolli 1979. aasta sotsiaalse vastutuse kategooriad, mida ta nimetas sotsiaalse vastutuse neljaks näoks (Carroll 1979, 499; Carroll 1991, 42). Carroll mainib, et kui kõnelda ettevõtte sotsiaalsest vastutusest, siis tuleb tervikuna vaadelda ettevõtte kohustusi majanduslikes, juriidilistes, eetilistes kui ka filantroopilistes kategooriates (1979, 499; 1991, 42). Majanduslikud kohustused kätkevad ettevõtte kohustust müüa tooteid või teenuseid kasumiga (Carroll 1979, 500; Carroll 1991, 41). Juriidilised kohustused seisnevad seaduse piirides tegutsemist (Carroll 1979; Carroll 1991, 41). Eetiline kategooria on ühiskonna ootus ettevõttele tegutseda rohkemalt kui seadus neid selleks sunnib (Carroll 1979, 500; Carroll 1991, 41). Filantroopiline kategooria kujutab endast altruistlike tegevusi ühiskonnale

(Carroll 1979, 500; Carroll 1991, 42). Archie Carroll loob sellest 1991. aastal sotsiaalse vastutuse hierarhilise skeemi (Carroll 1991, 42), mis meenutab Maslowi vajaduste püramiidi (Carroll 1999, 285). Carroll täpsustab selle skeemi abil seda, et ettevõtte ei tohiks püüelda filantroopilise kategooria poole, kui pole eelnevaid kolme elementi (majanduslik, juriidiline ja eetiline) saavutanud (Carroll 1991, 42).

Aastaid hiljem teevad Carroll ja Schwartz (2003, 508-509) kohendusi sellises jaotuses. Esiteks, nad kaotavad sellest jaotusest filantroopilise elemendi, kuna see ei ole oma loomuselt kohustus, vaid üksnes ootus (Carroll ja Schwartz 2003, 508-509). Teiseks, ettevõtte sotsiaalne vastutus ei toimi ja seda ei hinnata mitte hierarhiliselt püramiidi kombel, vaid sotsiaalse vastutuse ühisosa skeemi järgi (Carroll ja Schwartz 2003, 508-509). Nad näevad, et parim äristrateegia on keskenduda sellisele äritegevusele, kus majanduslikud, juriidilised ja eetilised kategooriad saavad täidetud või sellisele tegevusele, kus majanduslikud ja eetilised kategooriad ühtivad, senikaua kui allutakse seadustele (Carroll ja Schwartz 2003, 508-509). Kuna tänapäeval on ettevõtte sotsiaalse vastutuse majanduslikud ja juriidilised kohustused ette antud riikide valitsuste ja rahvusvaheliste organisatsioonide poolt seaduste ja regulatsioonide kaudu, siis ettevõtetel lasub paratamatu kohustus neid täita. Vastasel juhul nende äritegevus ja kasumi maksimeerimine kannatavad riigi ja organisatsioonide poolt kehtestatud trahvide läbi. Ettevõtted soovivad vältida selliseid sanktsioone ja trahve, kuna see raskendaks nende eesmärki suurendada osanike kasumit. Selle eesmärgi täitmata jätmine ohverdab pikas perspektiivis konkurentsivõimetuse ja pankrottistumisega.

21. sajandil esimestel aastatel oli selge, et uued muutused on ees – senised teoreetilised käsitlused löid aluse, et analüüsida sotsiaalset vastutust empiiriliste uurimismeetoditega (Crane *et al.*, 2008, 14). Seetõttu ei ole käesolevas lõputöös vaatluse all kontseptsioonide paljusid ja nende arengulugu, vaid sotsiaalse vastutuse kitsaskohad ja nende võimalikud lahendused.

## **1.2. Vastutustundliku ettevõtluse definitsioon ja kontseptsiooni kriitika**

Ettevõtte sotsiaalne vastutus on saanud mitmeid erinevaid definitsioone, ent siinkohal keskendun levinumatele, mis hõlmavad endast Carrolli ja Schwartzi (2003) ESV ühisosa skeemi majandusliku, juriidilise ja eetilise kategooriaga (508-509). Vastutustundlik ettevõtlus tähendab rohkemat kui õigusaktide täitmist, see kätkeb endast ka aktiivset panustamist

inimkapitali, huvirühmadesse ja keskkonda (Tóth 2009, 18). Maailma Jätkusuutliku Arengu Ärinõukogu (Watts ja Holme 1998, 6) selgitab, et ettevõtte sotsiaalne vastutus tähendab „ettevõtte kohustumust käituda äritegevuses eetiliselt ning panustada majanduse arengusse, samas parandades töötajate ja nende perekondade elukvaliteeti, samuti edendatakse kohalikku elu ja ühiskonda (Tóth 2009, 18). Seega ettevõtte sotsiaalne vastutus ei tähenda üksnes seaduste järgimist või töötajate eetilist kohtlemist, vaid lisaks ka vabatahtlikku panust majanduse ja ühiskonna arengusse.

Ettevõtte sotsiaalse vastutuse käsitlus on pälvinud palju kriitikat. Ameerika majandusteadlane Milton Friedman (2007, 173-174) kirjeldab, et ettevõtte loomus ja äritegevuse jätkusuutlikkus peitub kasumi maksimeerimises, mitte sotsiaalse ja keskkondliku vastutuse maksimeerimises. Ta oli veendunud, et ettevõtte peaks vältima kõiki tegevusi, mis ei ole seotud selle ettevõtte väärtuse tõstmisega (Friedman 2007, 177-178). Samal aastal [1970] avaldas John Ladd artikli, kus selgitab, et ettevõttele pole sobilik selliste moraalsete ootuste omistamine, kuna sotsiaalne vastutus ei ole ettevõtte kultuuri osa (1970, 499). Kriitikud ei väitnud, et see sotsiaalne vastutus oleks tähtsusetu, vaid kritiseerisid selle vastutuse laskumist ettevõttele (Friedman 2007, 174; Ladd 1970, 499-500).

Tänapäeval on siiski suurenev ootus ettevõtetele tegutsema vastutustundlikumatenä, kuna nende jätkusuutlik äritegevuse ja konkurentsivõimelisus on seotud nende meediakuvandiga nagu järgnevatel viidetes on toodud. Cockburn, Henderson ja Stern leiavad, et sotsiaalne vastutus on seotud positiivsete tulemustega ettevõtte jaoks (2000, 33), parandades brändikuvandit ja mainet sidusrühmade jaoks (Dell'Atti, Trotta, Iannuzzi, & Demaria 2017, 603) ning saavutades kliendirahulolu (Sen, Bhattacharya, & Korschun 2006, 164). Suur hulk teadlasi leiavad, et need kasud võimenduvad seeläbi, et vastutustundlik ettevõtlus näitlikustab suuremat ühtekuuluvust töötajate hulgas ning võimet ligi tõmmata ja hoida kõrgelt kvalifitseeritud tööjõudu. (Gupta & Hodges, 2012, 230; Klimkiewicz & Oltra 2017, 21-22). Lisaks võib sotsiaalse vastutuse rakendamine suurendada müüki ning vähendada kulusid ja omakapitali maksumust (Mishra & Suar 2010, 578).

Nagu näha, siis sotsiaalne vastutus tähendab enam kui kasumi maksimeerimist – see hõlmab vabatahtlikku panust ühiskonda, majandusse ja eetilist suhtumist äritegevuses. Ettevõtjad võivad kahelda nende vajalikkuses, aga kriitikast olenemata, sotsiaalselt vastutustundlikule ettevõttele saab osaks maineparandus, mis toob kaasa müügitulu kasvu



nagu ülaltoodud lõigus on teaduslike uuringutega leitud. Eelnevas alapeatükis ilmnes, et ettevõtte sotsiaalse vastutuse uurimine on liikunud empiirilise uurimuse juurde. Siinkohal on kasu ka ettevõtetele, et sotsiaalse vastutuse uurimuses oleks silmaks peetud objektiivsuse tingimusi. See annab lugejatele usaldusväärseid ja kehtivaid tulemusi vastutustundliku ettevõtte kohta, mille tulemusel võib jällegi firma maine tõusta sidusgruppidele nagu näiteks klientidele, töötajatele ja investoritele.

### **1.3. Senised püüdlused hinnata ettevõtete sotsiaalset vastutust**

On tehtud mitmeid katseid, et saada usaldusväärseid ja kehtivaid tulemusi sotsiaalse vastutuse kohta. Ometigi on ettevõtte sotsiaalse vastutuse hindamine keeruline, sest see on mitmetahuline konstruktsioon, mida mõjutavad mitmed sisendid ja väljundid (Waddock & Graves 1997, 304). Sisenditeks on näiteks investeeringu suurus, saastetegurite vähendamine tootmises ning ettevõtte seismised protsessid ja käitumismustrid töötavate vähemusgruppide ja naiste suhtes, ning väljunditeks osutuvad näiteks suhted ühiskonnaga ja filantroopilised programmid (Waddoc & Graves 1997, 304), (Wood 1991, 693). Ettevõtte sotsiaalse vastutuse hindamiseks tuleb meil vaadelda ESV alammõistet nagu ettevõtte sotsiaalne mõju (ingl. k. *corporate social performance*).

Archie Carroll kui sotsiaalse vastutuse kontseptsiooni tuntuim eestvedaja, tunnustab, et uus alammõiste – ettevõtte sotsiaalne mõju - võeti kasutusele, et minna õpetusega kaugemale kui seni oli jõutud (2000, 287). Seniseks probleemiks oli hindamine, mille kaudselt lahendasid Wartick ja Cochran oma ettevõtte sotsiaalse mõju mudeliga (ingl. k. *corporate social performance model*). Mudel ühendas sotsiaalselt vastutustundlikkuse saavutamiseks vajaminevad printsiibid, protsessid ja eeskirjad üheks raamistikuks (Carroll 2000, 287). Carroll kirjeldab lähemalt, kuidas ettevõtte sotsiaalne vastutuse kontseptsioon hõlmas endasse eetilised printsiibid (2000, 287). Wartick ja Cochran lisasid teiseks osaks sotsiaalse reageerimisvõime (ingl. k. *social responsiveness*), mis kujutab endast protsesse, ning kolmandaks osaks sotsiaalsete probleemide juhtimise näiteks nagu ettevõtte eeskirjad või strateegiad (1985, 767) (Carroll 2000, 287). Lihtsamini seletatuna, vastutus kui südametunnistusega kooskõlas toimimine või kui motiiv ajendab tegevustele mõtlema lähtuvalt eetilistest printsiipidest, seejärel sotsiaalne reageerimisvõime suunab füüsiliselt tegutsema, viimaks sotsiaalsete probleemide juhtimine kätkeb strateegiat, kuidas tegutseda vastutustundlikult antud olukorras – tulemuseks on terviklik mudel. Carroll võtab vastu need

alaliigitused ja mudeli (2000, 287), millest tulenevalt saab täpsemalt kirjeldada sotsiaalse vastutustundlikkuse hindamist. Erialakirjanduses hõlmab ettevõtte sotsiaalne mõju (ESM) (ingl. k *corporate social performance* või *CSP*) just mõõdetavat osa, mis võimaldab käesolevas töös uurida ettevõtte sotsiaalset vastutustundlikkust teadusfilosoofilise objektiivsuse mõiste kaudu.

Milleks hinnata sotsiaalset vastutust, ehk teisisõnu, miks hinnata sotsiaalset mõju (ESM-i (ingl. k. *CSP*))? (Carroll 2000, 473). Carroll tõdeb, et sotsiaalse mõju hindamine on kaaluka tähtsusega ettevõtetele ja ühiskondadele, täpselt nagu teiste majandusnäitajate kaardistamine, sest see võimaldab astuda samme selles suunas, et tegeleda oluliste probleemidega (2000, 473). Ta tõstatab ka järgmise küsimuse: „Kas on võimalik anda usaldusväärseid ja kehtivaid tulemusi?“ (Carroll 2000, 473). Probleem seisneb selles, et vastutuse hindamiseks tuleb vaadelda mõju ehk tagajärge, mis on kerkinud esile vastutustundlikust või vastutustundetust äritegevusest (Carroll 2000, 473).

Kuidas hinnata ettevõtet vastutustundlikuks? Selle küsimuse vastamise aitab kaardistada ettevõtte samme, et jätkusuutlikult võtta vastutust ja täita sellega kaasnevaid ootusi. Tänu Warticki ja Cochran pingutustele, millega nad löid ülal nimetatud ettevõtte sotsiaalse mõju mudeli (ingl. k *CSP model*), saab eetilistest printsiipidest lahutada sotsiaalse reageerimisvõime ja ettevõtte sotsiaalsete probleemide juhtimise (Wartick & Cochran 1985, 767), mis võimaldab hindamist paremini läbi viia ja tulemusi jaotada üksiktulemusteks. Samas kõikide näitajate puhul on tõenäoliselt tarvis mitmeid meetodeid. Sotsiaalse vastutuse hindamise puhul on tunnustatud järgmised meetodid: maine registrid, ühe ja mitme probleemi indikaatorid, ettevõtte väljaannete analüüs, ESM hindamine indiviidi vaatekohast ning ESM hindamine sidusrühmade vaatekohast ehk organisatsiooni tasemel (Turker 2009, 414).

Maine registrite ja andmebaaside kasutamine on populaarne meetod, et hinnata ettevõtte sotsiaalset tegevust, millest enimkasutatud on järgmised rahvusvahelised andmebaasid: *Kinder, Lynderberg and Domini* (KLD) andmebaas, *the Fortune Index* ja Kanada Sotsiaalsete Inveseeringute andmebaas (CSID) (Turker 2009, 414-415). KLD andmebaasi abil on võimalik arvustada USA börsiturul ettevõtetate sotsiaalseid tegevusi nagu näiteks töötajate omavahelisi suhteid, töökeskkonda, vähemusgruppide ja naiste kohtlemist, tuumavõimekust, seost Aafrikaga (Turker 2009, 414). Turker näeb, et KLD andmebaas näitab ettevõtte majanduslikku, juriidilist, eetilist ja filantroopilist mõõdet, ühtides Carrolli nelja kategooria mudeliga (2009,

414). Fortune indeks hindab mainet ettevõtte juhtimise vaatekohast (Turker 2009, 414), mis ühtib ülaltoodud ESM mudeliga (ingl. k. *CSP model*). Maignan ja Ferrel väidavad, et kumbki neist andmebaasidest ei ole võimeline adekvaatselt hindama ettevõtteid, sest need tulemused ei peegelda majanduslikke, juriidilisi, eetilisi ning heategevuslikke aspekte – dimensioonid nagu seos Aafrikaga või tuumarelvadega ei käi kõikide firmade kohta (2000, 285). CSID andmebaas mõõdab lisaks ettevõtte finantsilise tugevusele seitset sotsiaalset tegurit, milleks on kogukond, töötajate mitmekesisus, töötajate suhted, töökeskkond, rahvusvahelised ärioperatsioonid, toote ja ettevõtte praktikad ning viimaks ettevõtte juhtimine (Turker 2009, 414). Selle suurimaks nõrkuseks on selle geograafiline piiratus – see kehtib ainult Kanadas tegutsevatele firmadele (Turker 2009, 414). Maine andmebaaside puudujääk on see, et nad hindavad ettevõtteid ainult mõningates riikides.

Teine alternatiiv on ühe ja mitme probleemi indikaatorid (Turker 2008, 414). Ühe probleemi indikaatori puhul on heaks näiteks saaste vähendamise suutlikkuse uurimus, mida analüüsisid Bragdon ja Marlin (1972, 9). Mitme probleemi indikaatorid kombineerivad üksikud indikaatorid, kuid nad ei ulata siiski hindama ettevõtte sotsiaalset vastutust terviklikult (Turker 2008, 414-415). Mitme probleemi indikaator on näiteks uurimused, kus süsihappegaasi väljapaiskamise määramisele lisandub ka vee reostamise näidud ja pinnase saastamise ulatus ettevõtte äritegevuse tagajärjel. Peamiseks probleemiks on siis, et ühe ja mitme probleemi indikaatorid ei ole globaalsed – üksnes mõned ettevõtted mõningatest riikidest esitavad andmeid, mis piirab meetodi kasutamise võimalust laiemalt (Turker 2008, 415), mida oli samuti näha maine registrite puhul.

Kolmandaks alternatiiviks on ettevõtte avaldatud väljaannete analüüs (Turker 2008, 415). See meetod annab kerge ligipääsu andmetele, mis käsitlevad ettevõtte tegevusi, töökeskkonda, töötajaid ja klientide probleeme (Gray, Kouhy, & Lavers, 1995, 66). Firmad võivad jällegi väljaannetes eksitada lugejaid, et jätta parem mulje (Turker 2008, 415), näiteks aastaaruannetes jätta investoritele ja teistele lugejatele hea kuvand ettevõtte jätkusuutlikkusest ja vastutusest. Ingram ja Frazier leidsid, et dokumentide ja tegelikkuse vahel pole seost – ettevõtted ei viinud ilmtingimata ellu seda, mis oli dokumentides lubatud sotsiaalse vastutuse seisukohalt (1980, 8) Seetõttu peavad investorid tähtsusetuks ettevõtte juhtkonna poolt antud infot, kuna see võib olla moonutatud (1980, 8). Nagu näha, siis

väljaannete analüüs võib olla problemaatiline just info moonutamise tõttu, kuna keegi ei kontrolli ettevõtte väljaannetes toodud lubaduste pidamist.

Neljandaks on sotsiaalse vastutuse mõju hindamine indiviidi silmis (ingl. k. *individual perception of CSR*) (Turker 2008, 415). See tähendab meetodit, millega saab hinnata üksikisiku nagu näiteks juhataja sotsiaalse vastutusega seotud väärtusi (Aupperle, Carroll, & Hatfield 1985, 447). Peterson näeb, et see ei ole kasulik instrument hindamiseks ettevõtte mõju majanduslikul, juriidilisel, eetilisel ning filantroopilisel ehk heategevuslikul tasemel, kuna üks sidusrühm pole piisav, et anda lõplik hinnang (2004, 297).

Viiendaks on ettevõtte sotsiaalse vastutuse mõju hindamine sidusrühmade silmis ehk organisatsiooni tasemel. ESM hindamine organisatsiooni vaatevinklist põhineb teoorial nimega ettevõtte kodakondsus (ingl. k. *corporate citizenship*), mis tõstatab küsimuse: kas ettevõtte täidab sidusrühmade poolt seatud majanduslikke, juriidilisi, eetilisi ja filantroopilisi ehk heategevuslikke kohustusi (Maignan & Ferrel 2000, 284). Sidusrühmadeks loetakse kliente, töötajaid ning avalikkust, kuid Maignan ja Ferrel rõhutavad, et need pole ainukesed osapooled, keda peaks sidusrühmadeks lugema – leidub teisigi, keda ettevõtte tegevus mõjutab (2000, 295). Seekaudu on organisatsiooni vaatenurgast ESM hindamine puudujääkidega. Nii individuaalne kui ka organisatsiooni tasemel hinnatud ESM ei peegelda otseselt ettevõtte sotsiaalseid tegevusi, vaid üksnes sidusrühma arvamusi.

Eelnevat kokku võttes näib, et kõikidel sobivateks tunnistatud meetoditel on puudujääke ja kitsaskohti, et anda usaldusväärseid hinnanguid kas ettevõtte on sotsiaalselt vastutustundlik. Samas tasub vaadelda, kuidas saavutada usaldusväärsem hinnangu andmine. Seda saab teha, kui analüüsida objektiivsusega nende meetodite puudujääkide ületamist. Seega ongi minu töö eesmärgiks analüüsida, milles seisnevad iga meetodi puudused objektiivsuse valguses ja kuidas võiks puudusi ületada asjakohast objektiivsuse käsitluse valikut tehes. Et selleni jõuda, tuleb esmalt vaadelda objektiivsust teadusfilosoofia käsitluses ja selle mõiste alaliike.

## 2. OBJEKTIIVSUS JA SELLE LIIGID

Objektiivsus mõiste abil püütakse täpselt sõnastada mõisteid ja kontseptsioone, mille abil hinnata teaduslikes uurimistes protseduure ning tulemusi. Kuigi teadustes mõistetakse objektiivsust erinevalt, on see siiski teadusfilosoofias üks enim läbi töötatud kontseptsioon. Et ettevõtte sotsiaalse vastutuse mõju hindamisel on tegemist sama laadi probleemidega kui teaduse puhul – ebakindlus tulemuste vastavuse osas tegelikkusele –, võib kasutada seda teadusfilosoofilist lähenemisviisi ettevõtte sotsiaalse vastutuse mõtestamise juures. See mõtestamine annab üheselt mõistetavad määratlused, siinkohal ka ettevõttele tunnuse, et see on sotsiaalselt vastutustundlik.

Selgitan järgnevas peatükis, mida tähendab objektiivsus ning subjektiivsus. Tutvustan Heather Douglase (2004) poolt esitatud objektiivsuse erinevaid mõistmise liike, mida nimetan edaspidi lühidalt objektiivsuse liikideks. Järgnevad liigid aitavad paremini mõista ettevõtte sotsiaalse mõju hindamise seniste meetodite puudujääke ja neid ületada, millega tutvume kolmandas peatükis. Ennekõike tutvustan objektiivsust, selle alaliike ning subjektiivsust.

### 2.1. Mis on objektiivsus?

Helen Longino (1992, 62) kirjeldab oma teoses „Science as Social Knowledge“, et objektiivsus on mõiste, mida kohaldatakse veendumuste, teooriate, vaatluste, uurimismeetodite ning ka isegi indiviidide iseloomustamiseks. Objektiivsuse mõiste abil püütakse peegeldada tõsikindlaid fakte, mis kujundavad inimeste veendumusi maailma kohta ja jätavad kõrvale isiklikud soovid, kuidas asjad võiksid olla (Longino 1990, 62). Oluline on tähele panna, et objektiivsus kätkeb endas erinevat tähendust vastavalt sellele, mille jaoks või mille suhtes objektiivsus määratletakse (Daston 1992, 597-598). Näiteks objektiivne teadmine võib kujutada sellist teaduslikku teadmist, mille olemasolu ei sõltu inimkogemusest. Selle kõrval objektiivne vaatlus sõltub jällegi inimkogemusest, mis tunnistab vaatleja tegevuse ning vaatlustulemuse usutavaks. Samas aga objektiivne kriteerium võib kujutada midagi sellist, mis kehtib eranditult kõigele eelnimetatule. Sellega nõustub ka Daston (1992, 597) oma teoses „Objectivity and the Escape from Perspective“, väites, et objektiivsusest kui predikaadist kõneldes liigutakse märkamatuks erinevatele subjektidele nagu näiteks soovitakse tõendada objektiivset teadmist, kuid tulemus on objektiivse vaatluse tõestamine. Heather Douglas tunnistab teoses „The Irreducible Complexity of Objectivity“ (2004, 453) samuti, et erinevate

nähtuste objektiivsusest kõneldes mõtleme erinevaid asju, kui nimetame neid objektiivseteks. Seega on oluline lahti seletada, mida objektiivsuse all mõeldakse vastavalt kontekstile. Keskkel kohal on Douglaste edasiarendus varasemate autorite töödest. Näeme, et Douglas eristab objektiivsuse kolme liiki, mis jagunevad omakorda kaheksaks alaliigiks (2004, 455). Need objektiivsuse liigid ilmnevad juba varem teiste autorite teostes nagu Lorraine Dastoni (1992), Peter Kosso (1989), Helen Longino (1990), Allan Megilli (1994) ning Porter (1992), kelle käsitlustes on mõningasi erinevusi, kuid ka suuri kattuvusi.

Järgnevalt selgitan Douglaste objektiivsuse kontseptsioone, nende puudujääke ning kuidas need seostuvad eelnevate objektiivsuse käsitlustega. Bakalaureusetöös olen toetunud just Douglaste objektiivsuse käsitluse kasuks, kuna tema käsitlused toetuvad sellele, et objektiivsus on tarvilik tingimus usaldusväärsuseks. Douglas (2004) ütleb, et objektiivse hinnangu saavutamine sunnib meid seda hinnanguid usaldama (454). Samuti pakuvad tema käsitlused aitavad maailmas paremini orienteeruda, märgata ja käituda väärtustega teaduses ning kasutada inimeste vahelisi interaktsioone usaldusväärsemate tulemuste saavutamiseks.

## **2.2. Objektiivsus, mis iseloomustab inimeste interaktsioone maailmaga**

Esimene objektiivsuse liik iseloomustab inimeste interaktsioone maailmaga. See jaguneb kaheks alaliigiks: manipuleerimisobjektiivsus (ingl. k. *manipulable objectivity*) ja kokkulangevuse objektiivsus (ingl. k. *convergent objectivity*) (Douglas 2004, 457). Mõlemad objektiivsused on sõltuvad korduvate tulemuste saamisest läbi katsete ja seega annavad aluse usaldusväärsele vaatlus tulemustele (Douglas 2004, 457).

### **2.2.1. Manipuleerimisobjektiivsus**

Manipuleerimisobjektiivsus<sup>1</sup> tähendab, et eksperimendi tulemus on objektiivne, kui see annab võimalusi edukalt manipuleerida teiste objektidega (Douglas 2004, 457). See objektiivsus annab aluse usaldada veendumusi objektide eksisteerimise ja nende omaduste kohta (Douglas 2004, 457). Näiteks, kui inimene saab korduvalt täita klaasi veega ja kustutab sellega joogijanu, siis on põhjust usaldada, et klaas suudab vett hoida ja selle abil janu täita (Douglas 2004, 457). Selline objektiivsuse tõestamise meetod ei vaja mitut vaatlejat või

---

<sup>1</sup> Manipuleerimisobjektiivsuse nimetus on laenatud selle ingliskeelsest vastest (ingl. k. *manipulable objectivity*). Manipuleerimise all mõeldakse eeskätt nähtavate asjade käsitsemist või nendega mingisuguse tegevuse sooritamist. Manipuleerimine siinkohal ei viita ära inimeste ära kasutamisele.

osalejat, vaid piisab sellest, et tegevust saab korrata usaldusväärselt (Douglas 2004, 457). Kui tegevust ei saa korrata, siis järelikult ei kehti manipuleerimisobjektiivsus objekti kohta. Näiteks kui mingil põhjusel klaasist niriseb vesi välja, siis eksperimendi tulemus ilmselgelt ei kordu, kuna klaasil puudub omadus vett klaasi piirides hoida. Seeläbi on õigus kahelda manipuleerimisobjektiivsuses ja ka eksperimendi tulemustes, kuna klaasi võime vett hoida võis olla pettekujutelm või illusioon (Douglas 2004, 457). Kui aga klaas suudab korduvate täitmiste järel vett hoida, siis on põhjust uskuda, et klaas suudab seda teha ka edaspidi (Douglas 2004, 457). Kokkuvõtvalt, manipuleerimisobjektiivsus on kui tööriist, millega saab usaldusväärselt orienteeruda maailmas, kandes üle veendumusi objektide kohta tänu korduvate eksperimendi tulemuste abil (Douglas 2004, 457).

### **2.2.2. Kokkulangevuse objektiivsus**

Kokkulangevuse objektiivsus tähendab, et eksperimendi tulemus on objektiivne, kui see on saavutatavad mitme erineva eksperimendi kaudu (Douglas 2004, 457). Selle objektiivsus vaatab kuivõrd iseseisvaid meetodeid kasutati vaatlusandmete kogumisel samade tulemuste saamiseks (Douglas 2004, 457). Peter Kosso (1989, 246) kirjeldab seda objektiivsust teoses “Science and Objectivity”, et eraldiseisvad vaatlused, mis toetuvad inimese erinevatel meelelistel kogemustel, on veenvama tulemusega kui objekti vaatlemine korduvalt samamoodi. Douglas (2004) annab Kosso (1989) seletusele mõiste “kokkulangevuse objektiivsus”. Douglas illustreerib seda näitega linnust ja linnuvaatlejast (2004, 457), mida laiendan, et selgitada kokkulangevust. Näiteks üks linnuvaatleja tunneb suur-kirjurähni ära, kuna nägi põgusalt teda puuladvas, teisel juhul linnuvaatleja üksnes kuuleb suur-kirjurähni puud uuristamas oma noka löökidega. Mõlemad andmed linnuvaatlusest tõstavad selle usaldusväärsust tänu erinevate vaatluse meetodite abil ja seeläbi kokkulangevus objektiivsust (Douglas 2004, 458). Kui erinevate vaatlusmeetodite kasutamisel jõutakse hoopis erinevate tulemusteni, siis pole tegemist kokkulangevuse objektiivsusega. Kokkulangevuse objektiivsuse võib seada ohtu ka süstemaatiline viga, mis tähendab, et kõikide iseseisvate meetodite puhul võib olla läbiv viga (Douglas 2004, 458). Kokkulangevus võib osutada üksnes näiliseks, mis viitab sellele, et tulemuse saavutamiseks kombineeriti eraldiseisvaid meetodeid pealiskaudselt (Douglas 2004, 458). Selle näite puhul võib arvata, et vaatleja nägi üht punase täpiga lindu ja kuulis toksimist, mille tulemusel järeldas, et see pidi olema suur-kirjurähn, kuigi

toksimine võis olla põhjustatud metsaservas paikeva elektrikilbi rikkest või mõnest muust rähniliigist.

Seega kokkulangevuse objektiivsust eristab manipuleerimisobjektiivsusest see, et esimeses lähenetakse vaatlustulemuste saamiseks hoopis erinevate vaatlusmeetodite abil, et kinnitada selle tulemuse usaldusväärsust, muutes inimene teadmise objektist kokkulangevalt objektiivseks (Douglas 2004, 458). Manipuleerimisobjektiivsuse puhul on oluline just kasutada täpselt sama vaatlusmeetodit, et luua usaldusväärne interaktsioon inimese ja objekti vahel (Douglas 2004, 457).

### **2.3. Objektiivsus, mis iseloomustab üksikisiku mõtlemisprotsesse**

Teine objektiivsuse liik iseloomustab üksikisiku mõtlemisprotsesse. See jaguneb kolmeks alaliigiks: distantseeritud objektiivsus (ingl. k. *detached objectivity*), väärtusvaba objektiivsus (ingl. k. *value-free objectivity*) ja väärtuste suhtes neutraalne objektiivsus (ingl. k. *value-neutral objectivity*) (Douglas 2004, 456). Nendes alaliikides ei ole enam keskne inimese ja maailma interaktsioon, vaid hoopis väärtuste roll üksikisiku mõtlemisprotsessides.

#### **2.3.1. Distantseeritud objektiivsus**

Distantseeritud objektiivsus tähendab, et tulemus on objektiivne, kui väärtusi ei kasutata tõendusmaterjalide asemel (Douglas 2004, 459). Selle toob välja D. Wallhout (1953, 286) teoses “Objectivity and Value”, et selle objektiivsus saavutamiseks asetab vaatleja oma isiklikud väärtused kõrvale, olles isiklikust vaatekohast “mittehuvitatud” (Wallhout 1953, 286). Seega objektiivsust mõjutab see, kuivõrd on vaatlejal juba eelnev isiklik veendumus või uskumus vaadeldava kohta (Douglas 2004, 459). Üksikisik võib tahta, et miski oleks tõde, kuigi see ei vasta vaatlustulemustele (Douglas 2004, 459). Näiteks klimatoloog puutub kokku ilmade lühiajalise külmenemisega ja lähtuvalt oma isiklikest väärtustest eeldab, et globaalne kliimasoojenemine on olematu, olenemata pikaajalistest tõendusmaterjalidest, mis tõendavad globaalset kliimasoojenemist (Douglas 2004, 459). Ta eirab ülekaalukamaid vaatlusandmeid ja asetab oma väärtused tõendusmaterjalidest olulisemale kohale (Douglas 2004, 459). Eelkõige just seepärast, et klimatoloog soovib niivõrd, et tema hoiak olematu kliimasoojenemise kohta leiaks kinnitust või kardab kliimasoojenemise olemasolu võimalikkust (Douglas 2004, 459). See ongi suurim oht distantseeritud objektiivsuse puhul – väärtused esitatakse tõendusmaterjalide asemel (Douglas 2004, 459). Kokkuvõtvalt on



soovitav, et vaatleja ja vaadeldavad on teineteisest lahutatud ehk distantseeritud (Douglas 2004, 459).

### **2.3.2. Väärtusvaba objektiivsus**

Väärtusvaba objektiivsus tähendab, et tulemus on objektiivne, kui väärtusi ei kasutata üldse. Väärtusvaba objektiivsus nõuab, et tuleb eemaldada kõik väärtused, seal hulgas ka eetilised ja sotsiaalsed, teadustest (Douglas 2004, 459). Väärtused on oma olemuselt subjektiivsed ning rikuvad vaatlustegevuse ära, muutes selle mitte-objektiivseks ehk subjektiivseks (Douglas 2004, 459). Douglas (2004, 459) toob siiski välja, et väärtused mängivad olulist rolli üksikisiku mõtlemisprotsessi, kuna need aitavad meil langetada olulisi otsuseid, suunata vaatlustegevust ja heita kõrvale vähemõjutavaid vaatlusvigu. Teadustest ei tohiks täielikult eemaldada väärtusi just nendel põhjustel (Douglas 2004, 460). Siiski tuleb vältida olukorda, kus väärtused asendavad tõendusmaterjale, ületähtsustavad vaatlusandmeid või keskenduvad läbiviija soovitud tulemustele (Douglas 2004, 460). Douglas kritiseerib seda objektiivsust, kuna see alaliik ei suuda elimineerida väärtusi, vaid üksnes varjab teadlaste väärtushinnanguid otsuste langetamisel (2004, 459).

### **2.3.3. Väärtuste suhtes neutraalne objektiivsus**

Väärtuste suhtes neutraalne objektiivsus tähendab, et tulemus on objektiivne, kui see on tasakaalustatud erinevate väärtuste suhtes (Douglas 2004, 460). Siinkohal on tasakaal erinevate väärtuste vahel ehk ei võeta pooli ega nimetata üht väärtushoiakut paremaks teisest (Douglas 2004, 460). Seega tuleb olla teadlik vastaspoole argumentidest ning leida tasakaalustatud väärtushoiak. See ei tohiks olla keeruline, kuna ei pühenduta ühele kindlale väärtushoiakule (Douglas 2004, 460). Alati ei saa väärtuste suhtes neutraalset objektiivsust rakendada, kuna mõned väärtused asuvad nii-öelda väärtusskaala lõpus nagu näiteks rassism ja seksism (Douglas 2004, 460). Moraalsetel põhjustel ei pea sugugi neid vastu võtma, sest rassismi, seksismi jt samalaadseid taunitavaid hoiakuid ei pea tasakaalustama erinevate väärtuste suhtes (Douglas 2004, 460). Väärtuste suhtes neutraalne objektiivsus tuleb abiks aruteludes ja debattides, kus väärtused on kesksel kohal (Douglas 2004, 460). Näiteks debatis, mis tõstab esile konflikti tuleviku generatsioonide vajaduste ja tänaste generatsioonide vajaduste vahel (Douglas 2004, 461). Väärtuste suhtes neutraalne objektiivsus aitab siinkohal kaaluda mõlema osapoole hoiakuid ning leida tasakaalustatud lahendus (Douglas 2004, 460).

## **2.4. Objektiivsus, mis iseloomustab interaktsioone inimeste vahel**

Kolmas objektiivsuse liik iseloomustab interaktsioone inimeste vahel (Douglas 2004, 461). See jaguneb samuti kolmeks alaliigiks: protseduuriline objektiivsus (ingl. k. *procedural objectivity*), üksmeelne objektiivsus (ingl. k. *concordant objectivity*) ja interaktiivne objektiivsus (ingl. k. *interactive objectivity*) (Douglas 2004, 461-463). Siinkohal on juttu inimeste gruppidest, kes loovad teaduslikkust tänu üksmeelsele otsusele (Douglas 2004 461). Seega vaadeldakse rohkem sotsiaalseid protsesse, mitte niivõrd üksikisikute tegevust (Douglas 2004, 461).

### **2.4.1. Protseduuriline objektiivsus**

Protseduuriline objektiivsus tähendab, et tulemus on objektiivne, kui see on saavutatud teostaja iseärasustest sõltumatu – objektiivse – protseduuri abil (Douglas 2004, 461). See pakub ühtseid protseduure tegevustele ja vaatlustele, mis vähendab eelarvamustest tingitud ootuste realiseerimist (Megill 1994, 10). Näiteks, kui on väga selged ja kindlapiirilised kvantitatiivsed vormid, millega töödeldakse informatsiooni, siis tulemus peaks olema alati sama, olenemata sellest, missugune vaatleja seda teeb (Douglas 2004, 461). Seda iseloomustab igapäevaelus raamatupidamine, kus on selgepiirilised ja jäigad raamatupidamisreeglid annavad arvudele ja tulemustele kõigutamatu usaldusväärse, olenemata raamatupidajast (Porter 1992 635-636). Protseduuriline objektiivsus eemaldab isikupärased otsused, kuna seda võib teha ükskõik milline protseduure järgiv üksikisik, ent see objektiivsus ei eemalda väärtusi tervikuna (Douglas 2004, 462). Douglas (2004, 462) kirjeldab, et väärtused on kodeeritud protsessidesse reeglitega, mis kohustavad heitma kõrvale andmeid, mis ei vasta protseduurinõuetele. Protseduuriline objektiivsuse tulemused võivad omakorda peegeldada ka väärtusi (Douglas 2004, 462). Sellistel protsessidel on tavaliselt lävend (ingl. k. *threshold*), mis fikseerib, kui üks tulemus muutub õigustatuks ja teine õigustamatuks (Douglas 2004, 462). Seeläbi on kallutatud hoiak ja üksikisiku väärtused eemaldatud, ent väärtused on kätketud protseduuridesse endisse (Douglas 2004, 462).

### **2.4.2. Objektiivsus kui üksmeelne seisukoht**

Üksmeelsus-objektiivsus tähendab, et tulemus on objektiivne, kui mitu üksikisikut on ühel meelel teadmise kohta (Douglas 2004, 462), teisisõnu on siinkohal objektiivsus kui üksmeelne seisukoht. See objektiivsus on sarnane Allan Megilli distsiplinaarse objektiivsusega, mis kätkeb endas seda, et uuritava valdkonna autoriteetsed teadlased langetavad hinnanguid

ning üksmeelsus on saavutatud siis, kui need individuaalsed hinnangud ühtivad (Megill 1994, 5). Kui seda üksmeelsust ei ole, siis tulemus pole objektiivne (Douglas 2004, 462). Protseduuriline objektiivsus võib aidata üksmeelsus-objektiivsuse saavutamiseks, ent see pole ilmtingimata vajalik (Douglas 2004, 463). Protseduurid annavad küll kindlad juhised üksmeelsuse saavutamiseks, ent võivad muutuda niivõrd piiravateks reegliteks ehk sanktsioonideks, mis ei lase erimeelsustel tekkida (Douglas 2004, 463). Seeläbi üksmeelsus-objektiivsus võib anda usaldusväärsema tulemuse, kuna see on protseduuridest vaba (Douglas 2004, 463). Üksmeelsus-objektiivsuse puhul on kaks tähelepanu väärivat ohtu (Douglas 2004, 463). Esiteks, gruppi kuuluvatel indiviididel võivad olla samasugused väärtused, mis kallutavad indiviide eirama osa tulemusi (Douglas 2004, 463). Seda kutsutakse grupi-illusiooniks (Douglas 2004, 463). Teiseks, gruppi kuulumiseks määratakse kõrged oskuspõhised standardid, mis on vajalikud kompetentsete otsuste langetamiseks (Douglas 2004, 464). Liialt kõrged standardid võivad aga ka vähendada võimalike osavõtjate väärtuspõhist mitmekesisust (Douglas 2004, 464). See puudujääk ilmneb ka järgmises objektiivsuse alaliigis (Douglas 2004, 464).

#### **2.4.3. Interaktsiooniline objektiivsus**

Interaktsiooniline või interaktiivne objektiivsus tähendab, et tulemus on objektiivne, kui see on saavutatud tõhusa kriitilise arutelu käigus (Douglas 2004, 463). Arutellu kuuluvad liikmed peavad diskuteerima ning lahkama tekkivaid erimeelsusi, mis nõuab seda, et liikmed jagavad teineteisele teaduslikku teavet, asjakohaseid teooriaid, mudeleid ning kordavad tehtud eksperimente (Douglas 2004, 463). Douglas jätkab, et selline avatud diskussioon on juba pikemat aega olnud oluline osa teadusest, kuna seeläbi vähendatakse teadusest isikupäraseid (ingl. k. *idiosyncratic*) eelarvamusi (Douglas 2004, 464). Selle iseloomustus ühtib kohati Allan Megilli (1994, 5) dialektilise objektiivsusega, kuna on oluline üksikisikute akadeemiline staatus antud valdkonnas. Siinkohal on hoopiski rõhk teadlaste või akadeemiliste institutsioonide omavahelisel koostööl ja ühistel otsustel, mis annab uuritavale objektiivsuse, mis kujutab teaduslikku autoriteetsust (Megill 1994, 7). Loomulikult on ka interaktsioonilise objektiivsuse puhul ohud nagu näiteks võib olla keeruline kriitilist diskussiooni struktureerida ja juhtida (Douglas 2004, 464). Seda saab teha nii, et määratakse kriitilise arutelule kogukonna standardid (ingl. k. *communal standards*), ent nendega ei pruugi alati kõik kogukonnaliikmed nõustuda (Douglas 2004, 464). Samuti on raske määrata, kes kriitilise arutelu gruppi peaksid

kuuluma (Douglas 2004, 464). Eeldatavasti võiks gruppi kuuluda kõrgete kompetentsidega või oskustega osapooled, ent liialt kõrged standardid piiravad osavõtjate mitmekesisust nagu seda oli näha üksmeelsus-objektiivsuse puhul (Douglas 2004, 464). Selline mitmekesisus on ilmtingimata vajalik interaktiivse objektiivsuse saavutamiseks, kuna sarnase hoiakutega inimeste üksmeelsus võib olla tingitud ühisest pettekujutelmast või eelarvamusest (Douglas 2004, 464). Selline gruppi läbiv pettekujutelm või eelarvamus võib jääda märkamatuks ja viia põhjendamatu järelduseni (Douglas 2004, 464). Seega esinevad interaktiivse objektiivsuse saavutamisel mitmed raskused, millega tuleb arvestada.

## 2.5. Objektiivsus on astme küsimus

Eelnevalt käsitletud kaheksa objektiivsuse mõiste alaliigi puhul väljendatakse erinevat objektiivsuse määra või ulatust (ingl. k *degree*) (Douglas 2004, 461). Näiteks, distantseeritud objektiivsus sõltub sellest, kuivõrd suudab vaatlaja oma väärtustest taanduda, manipuleerimisobjektiivsus tuleneb sellest, kui mitu korda järjest on sama vaatlusmeetod andnud sama tulemus ning väärtuste suhtes neutraalne objektiivsus on ajendatud sellest, kuivõrd neutraalseks suutis üksikisik jääda (Douglas 2004, 461). Seega saab järeldada, et need kaheksa objektiivsust ei pruugi kätkeada endas absoluutset objektiivsust, vaid tagavad objektiivsuse mingi mõõdetava määra ulatuses. Seda ei tohi segamini ajada Allan Megilli poolt analüüsitud absoluutse objektiivsusega (ingl. k *the absolute sense of objectivity*), mis püüdleb ühendama objektiivsuse ja subjektiivsuse aspekte, andes lõpuks perspektiivitu vaate asjadele nii, nagu nad on reaalses maailmas (1994, 2). Selle suur puudus on see, et objektiivsuse põhjendamiseks tuleb perspektiivitut vaadet põhjendada mingisuguse vaatega ja seda veel omakorda, mis viib lõputusse seletuse jadasse (ld. k *ad infinitum*) (1994, 2). Sellest tulenevalt jätame A. Megilli teoses kirjeldatud absoluutse objektiivsuse kõrvale. Douglast (2004, 461) käsituses objektiivsus ei püüa ühendada subjektiivsust ja objektiivsust ühendada, vaid neid vastandada.

## 2.6. Subjektiivsus

Objektiivsus ilmneb sageli vastanduses subjektiivsusele ja seepärast tuleb tähelepanu pöörata ka subjektiivsuse mõistele. Subjektiivsus võib väljendada mingisugust isiklikku kogemust, mida ei saa üks-ühele jagada teistega (Douglas 2004, 469). Teisel juhul tähendab subjektiivsus indiviidi isiklikke uskumusi, mis kallutavad teda eirama osa tõendusmaterjali ja vastu võtma

kallutatud otsuse (vastand distantseeritud objektiivsusele). Loomulikult leidub ka subjektiivsust, mis on tarvilik teaduses, nagu näiteks teadlase nn kõhutunne, mis aitab valida metodoloogia, mis annab väärtusliku tulemuse (Douglas 2004, 469). Samuti mainib Douglas (2004, 469), et väärtuseid peetakse subjektiivseteks, seega sotsiaalsetel väärtustel põhinevad eetilised otsused peetakse samuti subjektiivseteks. See-eest ei rõhutata väärtuse liigset mõju mingites mõtlemisprotsessides, nagu näiteks eetilisi väärtusi, mis piiravad inimeste kasutamist teaduslikes katsetes (Douglas 2004, 469). Selline piiramine kätkeb endast subjektiivsus, ent seda ei peeta kahjulikuks (Douglas 2004, 469). Teisisõnu, sellised subjektiivsed eetilised väärtused võivad osutuda kasulikuks. See, kas väärtused lõpuks on kindlapiirilisel subjektiivsed või mitte, on Douglase sõnul ebamäärane (2004, 470). Ta jätkab argumenteerides, et kui debattides nõustutakse väärtustes, siis seeläbi peetakse neid üksmeelselt objektiivseteks (Douglas 2004, 470). Lisaks, kui see toimub kriitilise arutelu käigus, siis lisandub väärtustele interaktiivne objektiivsus (Douglas 2004, 470). Seega tundub ilmne, et väärtused võivad olla objektiivsed kui neid kontseptuaalselt siduda (Douglas 2004, 470). Küll aga tunnistab Douglas (2004, 470) et kuigi väärtused võivad saavutada antud näite järgi üksmeelsus-objektiivsuse ja interaktiivse objektiivsuse, ei vabasta see ilmtingimata neid keerukast subjektiivsusest, kuna see on kompleksne nagu objektiivsus oma alamliikidega. Seega subjektiivsus ei tähenda alati objektiivsuse puudumist, ning objektiivsus ei tähenda ilmtingimata subjektiivsuse ületamist (Douglas 2004, 470). Neid saab vastandada teineteisega, ent kutsudes esile subjektiivsust või objektiivsust, tuleb arvestada, et sellega võib kaasneda vastandi omadused. Douglas (2004, 470) rõhutab, et teadlane peab rõhutama, missugust objektiivsust ta kasutab. Seega saab arutelu alata, kas nõustuda selle objektiivsusega või mitte (Douglas 240, 470).

Kuigi Douglas (2004, 468) eristab objektiivsuse kaheksat alaliiki või käsitusviisi, siis enamasti ilmnevad teaduslikkuse püüdlustes mitmed objektiivsused ühel ajal, nagu ta kirjeldab järgnevas lõigus:

„Näiteks teaduslik uurimus on objektiivne, kuna ilmnevad kokkulangevad tõendid mingile tulemusele (kokkulangevuse objektiivsus), valdkonna tunnustatud teadlased kinnitavad uurimuse heaks (üksmeelsus-objektiivsus), ning uurijad hoidusid võtmast kindlaid hoiakuid, et saavutada soovitud tulemus (distantseeritud objektiivsus). Arvustus (ingl. k. *a review report*) võib osutada objektiivseks seepärast, et vaateja võttis arvesse mõlema vastandliku poole seisukohad antud teemal (väärtuse suhtes neutraalne objektiivsus), ja grupp eksperte jõudis kriitilise arutelu käigus samale järeldusele nagu vaateja (interaktiivne objektiivsus)“ (Douglas 2004, 468).

Nagu on näha, siis millegi usutavust saab tõendada mitme erineva objektiivsuse käsitluse koosmõjul (Douglas 2004, 468). Objektiivsuste mitmekesisus annab aluse rakendada erinevatel juhtudel, et suurendada usutavust vastavalt kontekstile (Douglas 2004, 468).

### **3. OBJEKTIIVSUSEST ETTEVÕTTE SOTSIAALSES VASTUTUSES**

Bakalaureusetöö vaatab ettevõtte sotsiaalse mõju hindamise meetodite puudujääkide ületamist. Meetodeid on vaja paremaks muuta sellepärast, et sidusrühmadele on vaja näidata objektiivselt ja usaldusväärselt, kui vastutustundlik ettevõtte on. Sidusrühmadeks peetakse ettevõtte kliente, töötajaid, partnereid ja investoreid. Probleem seisneb selles, et sidusrühmade arvamus ettevõtte vastutustundlikkusest ei pruugi olla kooskõlas sellega, kas äritegevus on sotsiaalselt vastutustundlik. Sidusrühmad saavad usaldusväärselt toetuda ESM meetoditele, kui need on objektiivsemad. Douglase objektiivsuse kontseptsioonide rakendamise läbi saab tõsta hinnangute usaldusväärsust, sealhulgas näidata, et ettevõtte on sotsiaalselt vastutustundlik.

Järgnevalt asun analüüsima, missugust objektiivsuse mõistet tuleb silmas pidada ettevõtte sotsiaalse vastutuse mõju hindamisel. Põhjendan oma valikut, miks osa objektiivsuse alaliike langeb mõiste analüüsist ära. Viimaks leian sobiva objektiivsuse alaliigi ning kuidas see täidab oma rolli antud analüüsis.

Meenutame esimeses peatüki kolmandas alapeatükis mainitud peamisi ESV mõju ehk ESM hindamise tüüpe, mida on peetud aktsepteeritavateks ja tunnustatud meetoditeks, need on: registrid, ühe või mitme näitaja indikaatorid, väljaannete analüüs, ESM hindamine indiviidi silmis ning ESM hindamine sidusrühmade silmis ehk organisatsiooni tasemel. Nimetatud meetoditel on omad puudujäägid, mis saab vaadelda Douglase (2004) objektiivsuse käsitluste valguses. Puudujääkide väljatoomine annab võimalikke suuniseid, kuidas edasist uurimist ja meetodeid saab parandada. Järgnevalt esitan need probleemid ja pakun objektiivsuse abil võimalikud parandused igale meetodile. Samas heidan enne lahenduseni jõudmist kõrvale objektiivsuse tõlgendused, mis ei suuda meetodite probleeme lahendada. Näitan, et objektiivsuse mõiste detailsem tundmine ja selle eri aspektidega arvestamine aitab vähendada hägusust ja senist segadust, mida ettevõtte sotsiaalne vastutuse mõju hindamine on endaga kaasa toonud.

Skemaatiliselt näeb käesolev peatükk välja järgmiselt. Esiteks selgitan registrite ja indeksite meetodit, tuues välja geograafilise piiratud probleemi, mida püüan lahendada protseduurilise objektiivsusega. Teiseks kirjeldan ühe ja mitme probleemi indikaatori meetodi puudujääke ning püüan lahendada ükskõiksuse probleemi interaktsioonilise objektiivsusega.

Kolmandaks liigun edasi väljaannete analüüsi meetodi juurde, mis kätkeb endas eksitamise probleemi, mille lahendamisele tuleb kõige lähedamale distantseerituse objektiivsus. Eelviimaseks analüüsin meetodit, mis vaatleb ettevõtte töötajate ESV hoiakuid ja väärtusi. Selle meetodi probleem seisneb selles, et ESM hinnatakse ettevõtte töötaja eelarvamuse aluse ning see eelarvamus ei pruugi põhineda tõenditel. Selle meetodi puudujäägi lahendamine on raskendatud eelarvamuse probleemi tõttu teadusfilosoofilise objektiivsusega. Viimaks vaatlen ESM hindamist sidusrühmade vaatenurgast, mis kätkeb endas samuti eelarvamuse probleemi, mida saab lahendada üksmeelsus-objektiivsusega. Seda meetodit saab lahendada teadusfilosoofilise objektiivsusega, kuna ESM hinnatakse mitme osapoole arvamuse alusel.

### **3.1. Registrid ja indeksid**

Maine registrite ja indeksite suurimaks probleemiks oli geograafiline piiratus (Turker 2008, 414). See tähendab, et maine registrid ja indeksid hindavad üksikute riikide ettevõtteid. Geograafilise piiratuse probleemi tõttu on tekkinud paljud riigisisesed indeksid, näiteks Eestis on selleks Vastutustundliku Ettevõtluse Indeks (Vastutustundliku Ettevõtluse Foorum) Ameerika Ühendriikides *The Fortune Index* (Rankings; Turker 2008, 414), Kanadas on Kanada Sotsiaalsete Investeeringute andmebaas (Turker 2008, 414). Antud indeksitesse kuuluvad ettevõtted on saanud tunnustuse, et käituvad sotsiaalselt vastutustundlikult. Tähelepanu nõuab see, et me ei tea, milles andmebaaside nõuded kokku langevad, milles erinevad. Seda illustreerib erinevus *The Fortune Index* ja Eesti Vastutustundliku Ettevõtluse Indeksi vahel, millest esimene hindab USA börsiettevõtte seost ka tuumarelvadega ja Aafrika arengumaadega, mida Eesti ettevõtete puhul nähtavasti ei hinnata. Seetõttu on keeruline usaldusväärselt pidada ettevõtteid vastutustundlikuks registrite alusel, kuna neid ettevõtteid on hinnatud erinevates riikides erinevate kriteeriumite alusel. Ühed indeksid või registri protseduurinõuded on olnud kitsamad või laiemad kui teised, see võib põhjustada pealiskaudset ettevõtte sotsiaalse mõju hindamist. Laiendades seda näidet, võib Vastutustundliku Ettevõtluse Indeksisse pääseda Eesti ettevõtte, mis on seotud tuumarelvadega, kuna seda seost Eesti indeksi abil ei mõõdeta. Ameerika Ühendriikide *Fortune Index*-i alusel ei oleks peetud seda ettevõtet vastutustundlikuks. Selle probleemi lahendamiseks tuleb vaadelda registri ja indeksite meetodi protseduuri aspekti, eriti just protseduuride identsuse vaatekohast, mida selgitan hiljem. Teadusfilosoofia objektiivsuse



käsitlustest sobiks seega kõige paremini protseduuriline objektiivsus, mis vaatleb protseduuride identsust. Seega jätan selle meetodi analüüsis kõrvale kõik teised objektiivsuse liigid, et kirjelda objektiivsust identsuse vaatekohast.

Protseduurilist objektiivsust taotledes püüan anda vaatlustele ja tegevustele eelkõige ühesuguseid protseduurinõudeid, mille eesmärk on vähendada eelarvamusi või vaadleja isikupärast tingitud hinnanguid (Douglas 2004, 461; Megill 1994, 10). Objektiivsuse käsitlused, mis iseloomustavad inimese interaktsioone maailmaga või üksikisiku mõtlemisprotsesse, langevad selle meetodi juures analüüsist ära, kuna neis ei taotleta protseduurilist identsust. Eesti ja Ameerika Ühendriikide indeksite erinevuse puhul ei ole protseduuriline objektiivsus tagatud – hinnatakse küll mõlema riigi ettevõtete töötingimusi, -keskkonda, -tasu töötajatele ja heategevuslikke tegevusi, kuid on selgeid erinevusi nagu ülaltoodud näites USA börsiettevõtete seos Aafrika arengumaadega või tuumavõimekusega. Seega on tegemist protseduurilise erinevusega, kui hinnatakse ettevõtte sotsiaalset mõju.

Vastuväiteks sellele argumendile võib tuua, et käesolev analüüs nähtavasti kasutab protseduurilist objektiivsust ekslikult. Douglase protseduurilise objektiivsuse raamistikus püüab uurija või vaadleja jätta kõrvale subjektiivsed väärtused. See vastuväide on põimitud protseduurilise objektiivsuse põhimõistesse – tulemus on objektiivne, kui see on saavutatud teostaja iseärasustest sõltumatu ehk objektiivse protseduuri abil (Douglas 2004, 462).

Vastuväite ümberlükkamiseks piisab tähelepanelikumalt vaadelda mõiste selgitust ja näiteid. Rõhk on ka ühesugustel protseduuri läbiviimisel meetoditel nagu näiteks kvantitatiivsed vormid ja ankeedid (Douglas 2004, 461), nagu seda on protseduurilise objektiivsuse alapeatükis kirjeldatud. *The Fortune Index*'i ja Eesti Vastutustundliku Ettevõtluse Indeksi vormid on ülaltoodud põhjustel erinevad, hindamisprotseduur on erinev, mistõttu ei ole alust väita nende protseduurilist objektiivsust. Järelikult ei saa öelda, et mõlema riigi ettevõtted on samavõrra sotsiaalselt vastutustundlikud, kuna neid ei saa võrrelda samade protseduuride valguses.

Registrite ja indeksite protseduurinõuete erinevus tähendab ka väärtuste erinevust, sest Douglase mõiste kirjeldab, et protseduurilise objektiivsuse puhul väärtused on kätkevad kavandatud protseduuridesse (2004, 462). Nähtavasti on mõlemasse indeksi kätkevad erinevad väärtused – USA rõhub tuumaarsenaliga seotust paheliseks, Eesti selle võimalikkust

oma ettevõtete puhul ohuks ei hinda. Teisisõnu, protseduuridesse kätketud väärtuste tõttu on ka objektiivsuse hinnangu andmise lävend erinev (Douglas 2004, 462). Järelikult indeksite protseduurinõuete erinevusest kaasneb ka erinevus indeksite väärtustes, mis omakorda raskendab võrdlemist teiste ettevõtete sotsiaalse mõjuga.

Nagu eelnevalt nimetatud, on see võrreldamatus kerkinud esile geograafilisest piiratusest, mis tõi kaasa olukorra, kus riikidel on erinevate protseduurinõuetega indeksid. Seeläbi on tarvis küsida kuidas lahendada registrite ja indeksite võrreldamatuse probleemi, mis sai alguse geograafilisest piiratusest.

Üks variant tõsta protseduuriline objektiivsuse abil ESM hindamise usaldusväärsust selle meetodi puhul on muuta protseduurid identseks, ühtlustades erinevate protseduuridesse kätketud väärtused. Kõikide indeksite identsed protseduurinõuded viiksid selleni, et need indeksid on võrreldavad ja geograafiline piiratus ei tooks kaasa protseduuride erinevust. Identsete omadustega indeksites olevaid ettevõtteid saab sotsiaalse vastutuse vaatepunktist võrrelda, kuna neid on hinnatud samade väärtuste valguses vastutustundlikuks.

Geograafilist piiratust ei peaks siis enam nägema kui probleemi või puudujääki ettevõtte sotsiaalse mõju hindamisel. Põhjus seisneb selles, et samadel alustel hinnatud ettevõtted on võrreldavad, sest ettevõtteid on uuritud samade protseduuriga indeksitega, kuigi andmebaasid on nimeliselt erinevad. Sellise võimaliku lahenduse puhul need andmed ei kajasta erinevate riikide ettevõtluses toimuvaid väärtusi. Seega olen pakkunud võimaliku lahenduse registrite ja indeksite meetodile, tuues sisse protseduurilise objektiivsuse. Protseuurilise objektiivsuse kasutusele võtmise puhul tuleb tõdeda probleemi, et enam ei kajastataks erinevate riikide väärtusi ettevõtluses, kuna need on standardiseeritud identsete indeksitega ehk kujutavad standardiseeritud väärtusi. Standardiseeritud väärtused on olulised, kuna mõistuspärane on oodata, et kõikjal maailmas ettevõtted panustaksid keskkonnakaitseliste probleemide leevendamisse, töötajate inimõiguste kaitsmisesse ning jätkusuutliku ühiskonna jätkamisse. Need põhimõtted on midagi, mis peavad olema ühiselt vastuvõetud, et jätkata elamiskõlblikku elu Maal. Protseuurilise objektiivsuse rakendamine aitab kehtestada registrite ja indeksite puhul kindlapiirilised identsed väärtused, mis seda suudavad.

Võib muidugi jätkata teaduslikke uuringuid, et leida parem lahendus kui protseduurilise objektiivsus, avastada parem viis, millega parandada registrite ja indeksite meetodit sellisel viisil, mis suudab erinevate riikide väärtused jätta vastutustundliku ettevõtluse valdkonda, kuna väärtused on riigiti erinevad ka äritegevuses. Liigun edasi järgmise meetodi juurde, et uurida võimalikke lahendusi ühe ja mitme probleemi indikaatori meetodi puhul.

### **3.2. Ühe ja mitme probleemi indikaatorid**

Ühe ja mitme probleemi indikaatorid on teine tunnustatud viis (Turker 2008, 414) sotsiaalse mõju hindamiseks. Ühe probleemi indikaatori näiteks võib tuua selle, et uuritakse kui palju tehas paiskab süsihappegaasi õhku. Ühe probleemi indikaator vaatleb ühte näitu teadusliku uurimusega. Mitme probleemi indikaator lisab kokku mitu ühe probleemi indikaatorit, näiteks lisaks süsihappegaasi väljapaiskamise uurimusele vaadeldakse ka vee reostuse hulka ning pinnase rikkumise ulatust äritegevuse tagajärjel. Näiteks M. Baucus ja D. Baucus uurisid ettevõtete ebaseaduslikku käitumist oma uurimuses (1997, 130). Uurimus näitas, et ei suuda pikaajalises vaates tõendada ettevõtte vastutustunde puudust investorite silmis, eelkõige seepärast, et antud probleem ei mõjuta investoreid kui üht sidusrühma (Baucus & Baucus 1997, 149). Järelikult ühe probleemi teadvustamine ei mõjuta veel ilmtingimata ettevõtte sotsiaalse vastutuse kuvandit sidusrühmade vaatevinklis. Seetõttu pean oluliseks küsida, miks on kuvand hindamine juures tähtis. Eelkõige seepärast, et hindamine aitab teadvustada ettevõtte vastutustundetust, mis võib põhjustada müügikäive languse (Mishra & Suar 2010, 578). See langus annab märku ettevõttele, et äritegevusest tingitud vastutustundetu käitumine pidurdab nende eesmärkide saavutamist – takistab näiteks kasumi suurendamist (Mishra & Suar 2010, 578). Tadaolevalt on ESV-st tingitud maine ja müügikäibe muutumise vahel seos, mistõttu ettevõtte kuvandit tuleb hoida positiivsena sidusrühmade silmis (Mishra & Suar 2010, 578).

Ühe probleemi indikaatori meetodi raskuste ületamiseks on võetud kasutusele mitme probleemi indikaatori meetod. Mitme probleemi indikaatorid kombineerivad omavahel üksikuid indikaatoreid, kuid sellest siiski olenemata ei ületa see ühe probleemi indikaatori meetodi puudujääke (Turker 2008, 414-415), milleks on raskused vastutustundetuse tõendamisega sidusrühmade silmis. Põhjus on eelkõige selles, et ühe ja mitme probleemi indikaatorid pole ülemaailmsed, mis tähendab, et üksnes mõned ettevõtted mõnes riigis esitavad andmeid, teised ei esita ja see piirab meetodi kasutamise võimalust laiemalt (Turker

2008, 415), täpselt nagu see oli maine registrite puhul. Ühe ja mitme probleemi indikaatori puhul on protseduuriline objektiivsus taas mängimas rolli, kuna leiab aset geograafiline piiratusest tekkinud võrreldamatus. Selle ületamiseks tasub luua identsed protseduurinõuded nagu eelmises meetodi analüüsis kirjeldatud. Need identsed protseduurinõuded pakuvad võrdlusemomenti, et samadel alustel hinnata erinevate ettevõtete sotsiaalse vastutuse mõju. Seega protseduurilise objektiivsusega saab vähendada geograafilise ehk globaalse piiratuse probleemi osakaalu, mis on ühe ja mitme probleemi meetodi puhul probleemiks.

Samas on ühe ja mitme probleemi indikaatorite juures veel üks oluline puudujääk, mille saab kõrvaldada teadusfilosoofilise objektiivsuse käsituse abil. Puudujäägiks on suutmatus muuta ekspertide teadustöödega sidusrühmade arvamust. Võttes aluseks M. Baucuse ja D. Baucuse uurimuse, ilmneb investorite sidusrühma ükskõiksus ettevõtte ebaseaduslikku tegevuse vastu pikaajalises lõikes (1997, 149). Seda probleemi käsitlen edaspidi sidusrühma ükskõiksuse probleemina.

Võttes kasutusele Douglase interaktsioonilise objektiivsuse käsituse, on võimalik rõhutada ettevõtte sotsiaalset vastutust või vastutustundetust sidusrühma suhtes. Ennekõike põhjendan, miks teised objektiivsuse mudelid seda ei suuda. Distantseeritud, väärtusvaba ning ka väärtuste suhtes neutraalne objektiivsus rõhuvad uurija või vaatleja individuaalsetele väärtustele, kuid meid huvitab sidusrühma kui rühma ükskõiksuse ületamine. Eesmärk on näha, kuidas sidusrühma hinnang muutub, et hinnata ettevõtte sotsiaalse vastutuse (ESV) mõju. Seega objektiivsuse mudelid, mis iseloomustavad üksikisiku mõtlemisprotsesse, ei selgita ühe või mitme probleemi indikaatori meetodite juures lähemalt, missugust kahju sidusrühm saab vastutustundetu ettevõtte tõttu.

Jätkan sobiva objektiivsuse otsimisega, et tõsta meetodi usaldusväärsust. Kokkulangevuse objektiivsus ning manipuleerimisobjektiivsus justkui pakuvad esmapilgul võimalust ühe ja mitme probleemi indikaatorite meetodit käsitleda. Võib tunduda, et kokkulangevuse objektiivsus tõstatab küsimuse ettevõtte sotsiaalsest vastutustundest. Kokkulangevus püüab näidata identsid tulemusi erinevate vaatlusmeetoditega (Douglas 2004, 457). Samas on tõenäoline, et eri meetoditega uuesti ja uuesti tõendatav tulemus ei päädi sidusrühma hinnangu muutumisega, sest see ei mõjuta nende olukorda geograafiliselt, majanduslikult, sotsiaalselt või emotsionaalselt. Douglas defineerib manipuleerimisobjektiivsuse kui tööriista, millega saab usaldusväärselt orienteeruda maailmas, sest korduvate eksperimendi tulemuste

abil luuakse veendumusi objektide kohta (2004, 457). Vastuoluline tulemus võib manipuleerimisobjektiivsuse ohtu seada (2004, 457). Ka siinkohal ülaltoodud näites kirjeldatud investorit ei puuduta tõendatav tulemus, mistõttu ta ei muuda oma hinnangut. Investori huvi kasumit maksimeerida ei mõjuta eriti ettevõtte kunagine ebaseaduslik tegevus, isegi kui seda erinevate tõenditega näidata, kuna investorid ei näe, et see neid isiklikult mõjutaks (Baucus & Baucus, 1997, 149). Seega kokkulangevuse objektiivsus ning manipuleerimisobjektiivsus ei osutu sobivaks, et tuua esile ettevõtte sotsiaalse mõju hindamist sidusrühmade kaudu. Järelikult objektiivsuse mudelid, mis iseloomustavad inimeste interaktsioone maailmaga, ei too samuti ühe või mitme probleemi indikaatorite meetodit eesmärgile lähemale.

Jätkan analüüsi objektiivsuskäsitlustega, mis kirjeldavad interaktsioone inimeste vahel – nendeks on protseduuriline objektiivsus, üksmeelsus-objektiivsus ning interaktsiooniline objektiivsus. Protseduuriline objektiivsus keskendub peamiselt vaatlusmeetodi protseduurinõuetele ja nende järgmisele, millest eelmise meetodi juures oli täpsemalt juttu. Üksmeelsus-objektiivsus keskendub teadlaste langetatud hinnangutele ning üksmeelsus on saavutatud siis, kui need individuaalsed hinnangud ühtivad (Megill 1994, 5). See jätab võimaluse vastuolulisteks hinnanguteks, mis annab alust sidusrühmal mitte niivõrd usaldada ja omistada hinnanguid, mis on vastuolus sidusrühma arvamuse või hoiakuga ettevõtte äritegevuse suhtes. Seeläbi on protseduuriline ja üksmeelsus-objektiivsus samuti ebapiisavad, et pakkuda mitme probleemi indikaatori meetodile lahendust.

Võtan nüüd vaatluse alla interaktsioonilise objektiivsuse, et ületada sidusrühmade ükskõiksuse probleemi ühe ja mitme probleemi indikaatori meetodi puhul. Interaktsiooniline objektiivsus kirjeldab, et tulemus on objektiivne, kui see on saavutatud tõhusa kriitilise arutelu käigus vastava valdkonna kõrge kompetentsiga liikmete poolt (Douglas 2004, 463). See objektiivsus kutsub üles teadlasi jagama teaduslikku teavet, teooriaid ja mudeleid (Douglas 2004, 463). Võttes kasutusele need tegevused, on võimalik erinevate andmetega ja tulemustega tõendada sidusrühmale ettevõtte kohta seda spetsiifilist informatsiooni, mis muudab sidusrühma hinnangut. Hinnangu muutumine on oluline osa, kuna ESV eiramine võib tuua kaasa mainekahju, mis omakorda mõjutab müügikäivet negatiivselt (Dell’Atti, et., al 2017, 603; Mishra & Suar 2010, 578). Seega on ettevõtte sunnitud vastutuse võtma, kuna selle eiramine tingib mainekahju, mis mõjutab ettevõtte majandustulemusi.

Üheks vastuargumendiks osutub interaktsioonilise objektiivsuse raskus – piiratud valikuvõimalused kõrgete kompetentsi standardite tõttu. Pädevaid valdkonna liikmeid, kes kvalifitseeruvad kriitilist arutelu pidama vastavas valdkonnas, võib olla vähe. Neil võivad olla sarnased eelarvamused või pettekujutelmad (Douglas 2004, 464). Vastulause võib seisneda selles, et valdkonna eksperdid ei langeta hinnangut piisavalt mitmekesise ja laiaulatusliku informatsiooni najal. Üksmeelsus-objektiivsuse puhul on samuti liikmete piiratus (Douglas 2004, 464), mille tõttu ei saa üksmeelsust toeks võtta selle probleemi lahendamiseks. See mitmekesisus on nõutav (Douglas 2004, 464), mistõttu tuleb arvestada selle raskusega.

Ühe ja mitme probleemi indikaatori meetodi korral on selgelt kaks väljakutset – esimene on geograafiline või globaalne piiratus, mille osatähtsust saab protseduurilise objektiivsusega ületada, kui oleme valmis väärtusi standardiseerima nagu registrite ja indeksite meetodi puhul järeldasin. Selle lahenduse loobumise puhul tuleb jätkata teisi võimalikke lahendusi. Teine oluline väljakutse on ühe ja mitme probleemi indikaatori tulemuste indifferentsus mingite sidusrühmade jaoks, kuna need tulemused ei puuduta selle sidusrühma liiget otseselt. Ettevõtte sotsiaalse mõju hindamine on seekaudu raskendatud, kuna sidusrühm hoidub hinnangu muutumist. Interaktsiooniline objektiivsus jõuab kõige lähemale ettevõtte sotsiaalse mõju hindamise ükskõiksuse probleemi ületamisele, ent sellel on objektiivsuse liigil on oma olemusel raskus, mis muutub hukatuslikuks probleemi lahendamisel. Järelikult ühe ja mitme probleemi indikaatori globaalse piiratus probleemi saab lahendada protseduurilise objektiivsusega. Selle meetodi ESM ehk ettevõtte sotsiaalse mõju hindamise ükskõiksuse probleemi võib üritada lahendada interaktsiooniline objektiivsusega, kuid tuleb arvestada liialt üksmeelse hinnanguga, kui valdkond kompetents ei ole liialt mitmekesine.

Järelikult pakub interaktsiooniline objektiivsus küll lahendust teoorias, kuid sellel objektiivsusel on samuti oma puudujääk. Järelikult tuleb silmas pidada teadlaste pettekujutelmade või eelarvamustest tingitud üksmeelsust, kui sidusrühma ükskõiksuse probleemi lahendamisel.

### **3.3. Ettevõtte väljaannete analüüsi meetod**

Järgmiseks alternatiiviks on ettevõtte avaldatud väljaannete analüüs (Turker 2008, 415). Väljaanded kirjeldavad ettevõtte tegevusi, töökeskkonda, töötajaid ja suhteid klientidega (Gray, Kouhy, & Lavers, 1995, 66), nagu näiteks börsiettevõtete majandusaasta aruanded,

mida firma juhtkonna töötajad kirjutavad ja avaldavad. Enim probleeme valmistab see, et firmad tahavad jätta paremat mulje (Turker 2008, 415), lootes saada investeeringuid või müügi kasvu. Seetõttu peavad investorid vähetähtsaks ettevõtte juhtkonna poolt antud infot, kuna see võib olla moonutatud (Ingram & Frazier 1980, 8). Ingram ja Frazier tuvastasid, et ettevõtteid ei viinud ellu lubatud heategevuslikke ootusi, järeldades ESV dokumentide ja tegelikkuse seose puudumist (1980, 8). Nagu näha, siis väljaannete analüüs võib olla problemaatiline just info moonutamise tõttu, kuna keegi ei kontrolli ettevõtte väljaannetes toodud lubaduste pidamist. Objektiivsuse tõlgendused, mis väljendavad indiviidi interaktsiooni maailmaga või teiste inimestega, ei lahenda vaatleja enda kallutatust. Seetõttu tuleb vaadelda väljaannete analüüsi, kuna see seab teadlikult vaatleja väärtused esiplaanile.

Jätkan analüüsi objektiivsuse käsitlustega, mille keskpunktis on individuaalsed väärtused. Douglas eristab kolme liiki: distantseeritud, väärtusvaba ja väärtuste suhtes neutraalne objektiivsus (2004, 456). Eelkõige peab Douglas väärtusvaba objektiivsust võimatuks (2004, 459), ent väärtuste suhtes neutraalne objektiivsus nõuab rohkemaid osapooli kui üksnes ühte konkreetset, individuaalset ettevõtet (2004, 460). Oodatavate tulemuste kallutatuse saab ületada või väärtused kõrvale heita. Järelikult on mõistlik jätkata analüüsi distantseeritud objektiivsusega (Douglas 2004, 459)

Kasutan distantseeritud objektiivsuse tunnuseid, et uurida lähemalt väljaannete analüüsimise meetodi probleemi. Distantseeritud objektiivsus tähendab, et tulemus on objektiivne, kui väärtusi ei kasutata tõendusmaterjalide asemel (Douglas 2004, 459). Hindaja peab olema „mittehuvitatud“ oma isiklikust vaatekohast (Wallhout 1953, 286). Ettevõtte soovib, et nad oleksid vastutustundlikud, isegi kui see ei vasta vaatlustulemustele (Turker 2008, 415). Seega on ettevõtetele vahel iseloomulik peita äritegevuses vastutundetut käitumist ning esitada väljaannetes ekslikku teavet (Ingram & Frazier 1980, 8). kuna nad väärtustavad ennekõike ettevõtte kasvu ja müüginäitajaid (Friedman 2007, 173-174).

Vastuargumendiks võib tuua, et distantseeritud objektiivsus ei lahenda tahtlikku eksitamise probleemi nagu ülaltoodud lõigus on seda proovitud. Põhjuseks eelkõige see, et ettevõtted koostavad väljaandeid ja neil on eesmärk mainet kõrgel hoida. Nad võivad olla endiselt keskendunud pelgalt müügi kasvu suurendamisele (Friedman 2007, 173-174). Naiivne oleks väita, et analüüse peab koostama isetust vaatekohast – ettevõtetel on kaalul mainekahju, kui tunnistavad vastutustundetust, mis võib põhjustada müügi käive languse.

Selle ümber lükkamiseks on oluline rõhutada uuesti seost müügikäibe ja maine vahel. Samas äritegevusest tingitud vastutustundetu käitumine pidurdab nende eesmärgi saavutamist – maksimeerida kasumit (Mishra & Suar 2010, 578) –, kui sidusrühmad saavad teadlikuks ettevõtte sotsiaalselt vastutustundetust. Firmadel on raske seda vastutustundetust varjata, kuna ajakirjandus suudab sellise vastutustundetu äritegevusi viia lugejateni, kes võivad osutada firma sidusrühmaks, näiteks tarbijaks, investoriks või töötajaks. Teaduslikes uurimustes on leitud, et müügikasvu ja maine muutuse vahel on seos, mistõttu ettevõtte kuvandit tuleb hoida positiivsena sidusrühmade silmis (Mishra & Suar 2010, 578). Seega peaksid ettevõtted olema motiveeritud tõest informatsiooni jagama, kuna see toob kaasa müügikasvu.

Väljaannete analüüs on tõesti raskustega meetod, mille kallutatust on raske jätkusuutlikult vähendada. Distantseeritud objektiivsus näib enim võimalik Douglaste kontseptsiooni poolest, et väljaannete usaldusväärsust tõsta. Ettevõtete majanduslik eesmärk on kasumit maksimeerida (Friedman 2007, 173-174) ja hoiduda kasumit vähendavast mainekahjust (Mishra & Suar 2010, 578). Kuna need kaks eesmärki on seotud, siis ettevõtte peaks olema motiveeritud vastutustundlikumat äritegevust edendama. Järelikult väljaannete analüüsi meetodi probleemi lahendab kasumi ja maine seose mõistmine ning distantseeritus on vajalik, et ettevõtte ekslikku informatsiooni ei avalikustaks. See meetod suudab jätta väärtuselise osa kõrvale, kuid ettevõtte sotsiaalse vastutuse mõju hindamisel tasub võtta abiks ka teised tunnustatud meetodid viie hulgast, näiteks registrid ja indeksid, või ühe ja mitme probleemi indikaatorid.

### **3.4. ESM hindamine indiviidi seisukohast ning sidusrühmade vaatenurgast**

Ettevõtte sotsiaalse mõju hindamine indiviidi silmis (ingl. k. *measure the CSR perception of individuals*) ning ESM hindamine mitmete sidusrühmade silmis (ingl. k. *measuring CSR at the organizational level*) on viimased kaks meetodit, mis on antud analüüsis olulised. ESM hindamine indiviidi silmis palutakse ettevõtte juhtkonnal või töötajatel väljendada ESV väärtusi. Juhtivad töötajad võivad olla vastutustundlikud nii majanduslikult, õiguslikult, eetilisel kui ka heategevuslikult, ent ettevõtte ja individidid ei ole üks ja seesama – esimene on füüsiline, teine juriidiline – neil on eraldiseisvad eesmärgid ning kavatsused. Seeläbi toetub individ oma hoiakutele, mis ei pruugi toetuda teaduslikele tõendusmaterjalidele, vaid üksnes tema eelarvamustele. Seeläbi nimetan selle meetodi puudujäägi eelarvamuse probleemiks.



Uuringud peegeldavad üksnes isikupäraseid väärtusi, mida saab analüüsida eetika kontseptsioonide seisukohalt, mitte teadusfilosoofiliste objektiivsuse käsitluste kaudu. Distantseeritud, väärtusvaba ning väärtuste suhtes neutraalsuse objektiivsus püüdleval väärtuste kahandamise poole, kuid antud meetod põhinebki isikupärastel väärtushinnangutel. Kuna töö eesmärk pole seotud eetikakontseptsioonide analüüsimisega vaid teadusfilosoofilise objektiivsuse analüüsiga. Järgnevalt tasub analüüsi jätkata viimase meetodiga – ettevõtte sotsiaalse vastutuse mõju hindamine organisatsioonilisest vaatevinklist ehk sidusrühmade silmis.

ESV mõju (ESM) hindamine organisatsiooni silmis tähendab, et vaatlusalust ettevõtet (ingl. k. *measuring CSR at the organizational level*) hindavad selle firma sidusrühmad, kaaludes, mil määral on nende hinnangul ettevõtte täitnud esitatud ootusi, sealjuures käitunud sotsiaalselt vastutustundlikult. Viimase meetodi sidusrühma kuuluvad tavaliselt investorid, ettevõtte töötajaid ja tarbijad. Meetodi puudujäägi ületamine seisneb selles, et sidusrühma peaks kuuluma rohkem osapooli, nagu näiteks partnerettevõtted, teadlased, riiklikud või rahvusvahelised organisatsioonid ja äriühingud. Tähelepanuväärsem kitsaskoht sotsiaalse vastutuse mõju meetodi juures on see, et sidusrühmade peavad ettevõtet vastutustundlikuks, kuigi äritegevus seda ei peegelda. See vihjab jällegi eelarvamuse probleemile. Sidusrühmadele võib tunduda, et korporatsioon on vastutustundlik, kuid tegelikkus näitab vastupidist. Meetodi puuduste ületamiseks saab tarvitusele võtta Douglase üksmeelsus-objektiivsuse (2004, 463). Objektiivsuse käsitlused, mis väljendavad üksikisiku mõtlemisprotsesse, langevad ära, kuna iga sidusrühma kui vaatleja väärtushinnang on oluline. Samuti langevad ära ka objektiivsused, mis kirjeldavad interaktsioone maailmaga, kuna puuduste ületamiseks on vaja samalaadseid hinnanguid valdkonna ekspertidelt, kes on ühel nõul. Interaktsiooniline objektiivsus langeb siinkohal ära, kuna osapooled võivad kriitilise diskussiooni vältel teineteise arvamusi kallutada väliste pakkumistega. Näiteks investor pakub altkäemaksu teadlastele, et nad langetaksid valelikult objektiivse hinnangu, kuigi see on hoopis investori soovitud tulemus, mis ei peegelda teadlaste hinnangut. Üksmeelsus-objektiivsus suudab seda kallutamist vähendada, kuna hinnangud on individuaalsed ja koondatakse viimaks summaarseks hinnanguks.

Analüüsi saab jätkata objektiivsusega, mis sisaldab endas valdkonna teadlaste samaseid hinnanguid. Üksmeelsus-objektiivsus väljendab, et eksperdid ja teadlased peavad jõudma

samale seisukohale, et tulemus oleks objektiivne (Douglas 2004, 463). Luues gruppi erinevate valdkondade teadlaste ja sidusrühmade ekspertidega, kes esindavad sihtrühmade seisukohti ja huve, annavad suurema tõenäosuse hinnata ettevõtte vastutuse mainet, suudavad hinnata ettevõtte sotsiaalset mõju paremini. Seletan lähemalt – kui sotsiaalse vastutuse hindamise gruppi kuuluvad keskkonnateadlased, investeerimisseltside ja äriühingute esindajad, töötajate huve kaitsvad ametnikud, tarbijate ning partnerettevõtete esindajad ning ka riiklikud organisatsioonid, siis kõigi osapoolte arvamused võimaldavad hinnata laiemalt ettevõtte sotsiaalse vastutuse ootuste täitmist või mitte täitmist. Esindajate sobivuse määravad ära tingimused, mis välistavad kallutatust, nagu seda tõi välja Douglas (2004, 463), näiteks huvide konflikt või korruptsioon. Niiviisi on ettevõtte sotsiaalse vastutuse mõju hindamine usaldusväärsem ja erapooletum kui üksnes mõne sidusrühma hinnang.

Tähelepanu väärib vastuargument, et sidusrühmade laiendamine ei lahenda veel ettevõtte sotsiaalse vastutuse mõju, kuna sidusrühmade eelarvamus ja ettevõtte äritegevus võivad siiski erineda. Sidusrühm peab ettevõtet vastutustundlikumaks, kuigi seda pole või vastupidi – vastutustundetuks, kuigi edendab sotsiaalset vastutust majanduslikult, juriidiliselt ja eetiliselt.

Selle eelarvamuse-probleemi ületamiseks on oluline, et need keskkonna-, tööelu-, riiklike organisatsioonide ja teiste ülaltoodud ekspertide ESM hinnangud põhineks teaduslikel uuringutel. Kui see on täidetud, siis mõlemad puudujäägid – eelarvamuse-probleem ning sidusrühmade piiratus – on ületatud. Seega saab öelda, et üksmeelsus-objektiivsusega on võimalik ületada peamised puudujäägid, eemaldades eelarvamusel ja ekslikud hoiakud, mis ei vasta tegelikkusele. Järelikult saab ESV mõju (ESM) hinnata sidusrühmade silmis. Sidusrühmade laiendamine ning üksmeelsus-objektiivsuse rakendamisega saab eemaldada hinnangu, mis põhineb üksnes eelarvamusel ega vasta tegelikkusele.

Võttes kõik need hindamismeetodite probleemid ja nende lahendused kokku lõppjäreldeuseks, näitan veelkord, millised probleemid kerkisid ja kuivõrd on objektiivsuse käsitluste abil võimalik neid lahendada.

Geograafilist piiratust maine registrite ja indeksite meetodi juures ei pea enam nägema kui probleemi või puudujääki ettevõtte sotsiaalse mõju hindamisel, kui tuua sisse protseduuriline objektiivsus. Põhjus seisneb selles, et samadel alusel hinnatud ettevõtted on võrreldavad,

kuigi andmebaasid on nimeliselt erinevad. Seega olen pakkunud võimaliku lahenduse registrite ja indeksite meetodile, tuues sisse protseduurilise objektiivsuse. Samas tuleb selle lahenduse puhul arvesse võtta, et standardiseeritud ja identsed protseduurinõuded ei jäta erinevate riikidele väärtusi, mida hindavad ESM hindamisel. Seetõttu on mõistlik jätkata teaduslikke uuringuid, et parandada registrite ja indeksite meetodit, kui väärtuste standardiseerimine ei ole vastuvõetav.

Ühe ja mitme probleemi indikaatori usaldusväärsust õõnestab samuti geograafiline piiratus, ent nagu ülaltoodud analüüsiski, lahendab protseduurilise objektiivsuse rakendamine probleemi nagu maine registrite ja indeksite puhul. Küll aga jätab protseduuriline objektiivsus lahendusest väärtuse probleemi nagu eelmises lõigus kirjeldasin. Teine väljakutse ühe ja mitme probleemi indikaatori juures, on sidusrühmade ükskõiksus. Interaktsiooniline objektiivsusmudel pakub tööriista, millega saab laiendada valdkonna erinevate ekspertide osapoolte diskussiooni, andmaks usaldusväärsema hinnangu. Kahjuks võivad sellega kaasneda liialt kõrged kompetentsinõuded liikmetele, mistõttu võib neil liikmetel olla sarnase koolituse tõttu sarnaseid eelarvamusi, mis hakkavad õõnestama objektiivsust. Kuigi mitmekesisus on nõutav, on keeruline vältida nimetatud probleemi, mis kaasneb interaktsioonilise objektiivsuse rakendamisega, ehkki see objektiivsuse käsitus jõuab probleemilahendusele kõige lähemale.

Väljaannete analüüs on pakub hulgaliselt informatsiooni ettevõtte äritegevuse kohta, ent see võib olla juhtkonna poolt moonutatud, et võita investorite huvi. Võimaliku eksitamise probleemi on keeruline lahendada objektiivsuse käsitlustega üksi, kuid ettevõtte maine ja kasumi muutuse seos näitab, et mida enam firma käitub sotsiaalselt vastutustundlikult, seda rohkem kasvab müük ning kasum. Vastutustundetud ettevõtted on olukorras, kus nende ebaeetiline äritegevuse avalikustamine võib mainekahju tuua, mida objektiivsuse tööriistaga lahendada ei ole võimalik. Distantseeritud objektiivsuse mudel pääseb kõige lähemale, et lahendada moonutamise probleemi, kuid seda on keeruline kontrollida, kuna väljaandeid koostavad siiski ettevõtte esindajad.

Ettevõtte sotsiaalse mõju hindamine indiviidi silmis (ingl. k. *measure the CSR perception of individuals*) ning ESV mõju ehk ESM hindamine mitmete sidusrühmade silmis (ingl. k. *measuring CSR at the organizational level*) on meetodid, mis keskenduvad sidusrühma hinnangule, kuivõrd vaatlusalune ettevõtte on vastutustundlik. ESM hindamine indiviidi

vaatenurgast tähendab, et uuritakse vastava ettevõtte juhtivaid töötajaid ja nende väärtusi ESV valdkonnas, kuid see meetod ei peegelda ettevõtte sotsiaalse vastutuse strateegiad, vaid üksnes üksikisiku väärtuseid. Seeläbi indiviidi meetodit ei saa täiustada objektiivsusega. ESM hindamine organisatsiooni vaatevinklist lähtub erinevate sidusrühmade hinnangust. Selle meetodi puuduseks on see, et sidusrühmade otsus ei pruugi olla kooskõlas ettevõtte sotsiaalse vastutuse tegeliku mõjuga, mida nimetasin eelarvamuse probleemiks. Probleemi ületamiseks tasub võtta kasutusele üksmeelsus-objektiivsus, andes ettevõttele sotsiaalselt vastutustundlikult tegutsemise määratluse üksnes siis, kui sidusrühmad ja teadlased on sellega ühel nõul.

Analüüs tõi esile, et kõik meetodid kätkevad endast märkimisväärseid puudujääke. Osa puudujääke langeb kokku ja on lahendavatavad teadusfilosoofilise objektiivsuse mudelite abil. Kuigi Mõne meetodi puuduste ületamine on keeruline, sest ettevõtte sotsiaalse mõju hindamine sõltub sidusrühma hinnangu muutlikkusest.

## KOKKUVÕTE

Tänapäeval ootavad inimesed ettevõtetelt suuremat panust keskkonnakaitseliste, sotsiaalsete ning ühiskondlike probleemide lahendamisse. Akadeemilises kirjanduses kutsutakse ettevõtet, mis neid küsimusi lahendab, sotsiaalselt vastutustundlikuks ettevõtteks. Sotsiaalse vastutuse ilmutamine neis küsimustes parandab ettevõtte mainet, mis võib kaasa tuua müügi- ja kasumi suurenemise. Ettevõtte peamine olemuslik eesmärk on just kasumit maksimeerida, millest lähtuvalt on sotsiaalselt vastutustundlik käitumine kasulik ka ettevõttele endale. Vastutustundlik ettevõtlus seisab samuti töötajate, tarbijate, partnerite, investorite ja teiste sidusrühmade huvide eest ning toetab ühiskonda laiemalt kui üksnes toote või teenuse osutamisega. Äritegevus ettevõttes, mis viljeleb sotsiaalset vastutust, võimendab seeläbi töötajates ühtekuuluvust, uute andekate töötajate värbamist, brändikuvandit, mainet sidusrühmade silmis ning suurendab müüki ja kasumit.

Selle kõige saavutamiseks on vaja hinnata ja hindamise alust, milleks on võetud kasutusele ettevõtte sotsiaalse mõju (ingl. k. *corporate social performance*) hindamine, et analüüsida sotsiaalset vastutustundliku äritegevuse tagajärgi ning sidusrühmade hinnangut. Ettevõtte sotsiaalse mõju hindamise puhul on tunnustatud viis peamist meetodit: registrid ja indeksid, ühe ja mitme probleemi indikaatorid, väljaannete analüüs, ettevõtte sotsiaalse vastutuse mõju hindamine indiviidi ehk asutuse juhi silmis ning ettevõtte sotsiaalse mõju hindamine organisatsiooni vaatevinklis ehk sidusrühmade silmis. Kõik nimetatud meetodid ilmutavad puudujääke.

Teadusfilosoofias keskne objektiivsuse mõiste võimaldab ületada puudujääke ettevõtte sotsiaalse mõju hindamise protseduuride ja tulemuste juures. Analüüs piirdus viie meetodi deskriptiivse kirjeldusega ehk sellega, millised on need meetodid, ning võimalike lahendustega nende viie meetodi probleemidele. Kasutasin selleks Douglaste objektiivsuse kontseptsiooni, milles objektiivsuse mõiste on seotud usaldusväärsusega ning ka analüüsitavad meetodid püüdleval hinnangu usaldusväärsuse tõstmise poole kõigi osapoolte jaoks.

Esimene meetod oli registrid ja indeksid ehk andmebaasid, mille abil saab eristada vastutustundlikke ja vastutustundetuid ettevõtteid. Meetodi puudujäägiks oli see, et mitte kõigil riikidel pole andmebaase ning need, mis on, erinevad riigiti kriteeriumitelt, mistõttu

võivad erinevad ettevõtted olla vastutustunde vaatepunktist võrreldamatud. Seda probleemi nimetasin geograafiliseks või globaalseks piiratuseks. Protseduuriline objektiivsus suudaks registrid võrreldavaks teha tänu identsetele protseduurinõuetele, lahendades geograafilise piiratuse probleemi. Samas identsed nõuded toovad kaasa ka identsed väärtused ettevõtte sotsiaalse vastutuse mõju hindamisel. Identsed väärtused tähendavad väärtuste standardiseerimist ehk konkreetsete ühiskondade väärtused asenduvad ülemaailmselt fikseeritud protseduuridega ja neisse kätketud globaalsete väärtustega. Protseduuriline objektiivsus on piisavalt rahuldav lahendus isegi koos väärtuste standardiseerimisega, mis puutub globaalseid probleeme nagu keskkonna kaitse ja töötajate inimõigused, kuid tähelepanuta jäävad kohalikud väärtused.

Ühe ja mitme probleemi indikaatorite analüüsist ilmnas ka selle meetodi puhul geograafilise või globaalse piiratuse probleem – vaid mõne riigi ettevõtteid suudetakse uurida ja seetõttu on erinevate riikide ettevõtted sotsiaalse vastutustundlikkuse alusel võrreldamatud. Protseduuriline objektiivsus suudab seda ületada identsete protseduurinõuetega ja väärtuste standardiseerimisega nagu registrite ja indeksite meetodi puhul. Teine puudujääk mitme probleemi indikaatori meetodi puhul seisnes selles, et see ei pruugi veel mõjutada sidusrühma, kes hindaksid ettevõtte vastutustundlikeks või vastutustundetuks. Seda probleemi nimetasin sidusrühma ükskõiksuse probleemiks, mille lahenduseks pakun interaktsioonilise objektiivsuse. See objektiivsus kutsub osapooli jagama tõendusmaterjale, teaduslikke uurimusi, eksperimentide ja vaatluste tulemusi, mis viimaks mõjutaksid sidusrühma arvamust ja suunaksid neid langetama hinnangu üheskoos. Selline laiaulatuslikel tõenditel põhinev hinnang tõenäoliselt mõjutab sidusrühma arvamust ning suurendab selle vastutustundliku ettevõtluse hindamise objektiivsust ja usaldusväärsust.

Väljaannete analüüsi meetodi puhul on keeruline tõsta usaldusväärsust, kuna väljaandeid koostavad ettevõtte juhtkonnad. Need ettevõtted tahavad säilitada hea maine, kuna on tõendatud seos maine ja müügikäibe muutumises. On tõenäoline, et nad eksitavad müügikäibe ja kasumi nimel lugejaid, kes on tõenäoliselt võimalikud investorid, tarbijad, koostööpartnerid ja teised sidusrühmade liikmed. Seda puudujääki nimetasin eksitamise probleemiks. Distantseeritud objektiivsus jõuab probleemi lahendusele kõige lähemale, kuid ainult väärtuste vaatekohast. Seetõttu on mõistlik võtta kasutusele ka mõni teine meetod, et anda usaldusväärsem hinnang ettevõtte sotsiaalse vastutuse kohta.

Neljas, eelviimane meetod oli ettevõtte sotsiaalse mõju hindamise indiviidi ehk selle ettevõtte juhtivtöötaja silmis. Juhtivtöötaja vastab oma isiklikust hinnangust lähtudes küsimusele, kas ettevõtte on vastutustundlik või mitte. Tema hinnangut ei toeta tõendusmaterjalid, vaid üksnes tema kui indiviidi hoiak või eelarvamus – seega nimetasin puudujääki eelarvamuse probleem. Seda meetodit ei saa seetõttu objektiivsuse mõiste abil analüüsida, kuna see välistab tõendusmaterjalid. Normatiivsed eetikakontseptsioonid sobivad paremini selle meetodi üksikasjalikuks analüüsiks.

Viies, viimane vaadeldud meetod oli ettevõtte sotsiaalse mõju hindamine organisatsiooni vaatevinklist, mis tähendab seda, et ettevõttega seotud sidusrühmad annavad hinnangu, kuivõrd äritegevus vastas sotsiaalse vastutustundlikkusega seotud ootustele. Siin on suureks puudujäägiks samuti see, et hinnang ei pruugi vastata tegelikkusele. Kuna siin on oluline mitmete osapooltele hinnang, siis tõendusmaterjalidega ja mitmete hinnangutega saab puudujääki – eelarvamuse-probleemi – lahendada. Selleks sobib üksmeelsus-objektiivsusega, mis koondab valdkonna eksperdid oma hinnanguid langetama. Kui need hinnangud langevad kokku, siis saab öelda kõrge usaldusväärsusega, kas ettevõtte on sotsiaalset vastutustundlik või mitte. Seejuures on oluline, et teadlased, äriühingud, ühiskond, riiklikud organisatsioonid ning teised sidusrühmad oleksid kaasatud selle meetodi puhul ettevõtte sotsiaalse vastutuse mõju hindamisse.

Käesolevas lõputöös keskendusin viiele ettevõtte sotsiaalse mõju hindamise viisidele sidusrühmade vaatepunktist. Identifitseerisin nendega seotud puudused ja pakkusin neile lahendused Douglase objektiivsuse käsitlemise rakendamisega ning vaagisin võimalikke vastuargumente, miks need lahendused ei pruugi alati hindamismeetodit parandada. Leian siiski, et teadusfilosoofiast pärit objektiivsuse käsitlevad võimaldavad anda olulise panuse ettevõtte sotsiaalse vastutuse hindamise alasesse diskussiooni.

## KASUTATUD KIRJANDUS

Aupperle, K., Carroll, A., & Hatfield, J. (1985). An Empirical Examination of the Relationship between Corporate Social Responsibility and Profitability. *The Academy of Management Journal*, 28(2), 446-463. Kasutatud 05.04.2020 [www.jstor.org/stable/256210](http://www.jstor.org/stable/256210)

Baucus, M., & Baucus, D. (1997). Paying the Piper: An Empirical Examination of Longer-Term Financial Consequences of Illegal Corporate Behavior. *The Academy of Management Journal*, 40(1), 129-151. Kasutatud 04.04.2020 [www.jstor.org/stable/257023](http://www.jstor.org/stable/257023)

Bowen, H. R. (1953). *Social Responsibilities of the Businessman*. Harper&Row, New York.

Bragdon, J. H., & Marlin, J. (1972). Is Pollution Profitable. *Risk Management*, 19(4), 9-18. Kasutatud 05.04.2020 <https://www.lampindex.com/wp-content/uploads/jbragdon.pdf>

Carroll, A. B. (2000). A Commentary and an Overview of Key Questions on Corporate Social Performance Measurement. *Business & Society*, 39(4), 466-478. Kasutatud 05.04.2020 <https://doi.org/10.1177/000765030003900406>

Carroll, A. B. (1999). Corporate Social Responsibility. *Business & Society*, 38(3), 268–295. Kasutatud 30.10.2019. doi:10.1177/000765039903800303

Carroll, A. B. (1979). A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance. *The Academy of Management Review*, 4(4), 497-505. Kasutatud 05.04.2020. [www.jstor.org/stable/257850](http://www.jstor.org/stable/257850)

Cockburn, I. M., Henderson, R. M., & Stern, S. (2000). Untangling the origins of competitive advantage. *Strategic management journal*, 21(10-11), 1123-1145. Kasutatud 05.05.2020 [https://doi.org/10.1002/1097-0266\(200010/11\)21:10/11<1123::AID-SMJ130>3.0.CO;2-R](https://doi.org/10.1002/1097-0266(200010/11)21:10/11<1123::AID-SMJ130>3.0.CO;2-R)



Crane, A., Matten, D., McWilliams, A., Moon, J., Siegel, D., & Carroll, A. (2008). A History of Corporate Social Responsibility: Concepts and Practices. In *The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility*: Oxford University Press, 1-42. Kasutatud 05.04.2020 <https://www.oxfordhandbooks.com/view/10.1093/oxfordhb/9780199211593.001.0001/oxfordhb-9780199211593-e-002>

Daston, L. (1992). „Objectivity and the Escape from Perspective”. *Social Studies of Science*, 22(4), 597–618. Kasutatud 05.04.2020 [www.jstor.org/stable/285456](http://www.jstor.org/stable/285456)

Dell'Atti, S., Trotta, A., Iannuzzi, A. P., & Demaria, F. (2017). Corporate Social Responsibility Engagement as a Determinant of Bank Reputation: An Empirical Analysis. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 24(6), 589-605. Kasutatud 05.04.2020 <https://doi.org/10.1002/csr.1430>

Douglas, H., E. (2004). „The Irreducible Complexity of Objectivity”. *Synthese: An International Journal for Epistemology, Methodology and Philosophy of Science*, 138(3), 453–473. Kasutatud 05.04.2020 <https://doi-org.ezproxy.utlib.ut.ee/10.1023/B:SYNT.0000016451.18182.91>

Friedman M. (2007). The Social Responsibility of Business Is to Increase Its Profits. In: Zimmerli W.C., Holzinger M., Richter K. (eds) *Corporate Ethics and Corporate Governance*. Springer, Berlin, Heidelberg, 173-179. Kasutatud 05.04.2020 [https://doi-org.ezproxy.utlib.ut.ee/10.1007/978-3-540-70818-6\\_14](https://doi-org.ezproxy.utlib.ut.ee/10.1007/978-3-540-70818-6_14)

Gray, R., Kouhy, R., & Lavers, S. (1995). Corporate Social and Environmental Reporting. *Accounting, Auditing & Accountability Journal* 8(2), 47-77. Kasutatud 05.04.2020 <https://doi.org/10.1108/09513579510146996>

Gupta, M., & Hodges, N. (2012). Corporate Social Responsibility in the Apparel Industry: An Exploration of Indian Consumers' Perceptions and Expectations. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 16(2), 216-233. Kasutatud 05.05.2020. <https://doi.org/10.1108/13612021211222833>

Ingram, R., & Frazier, K. (1980). Environmental Performance and Corporate Disclosure. *Journal of Accounting Research*, 18(2), 614-622. Kasutatud 05.05.2020 [doi:10.2307/2490597](https://doi.org/10.2307/2490597)

Klimkiewicz, K., & Oltra, V. (2017). Does CSR Enhance Employer Attractiveness? The Role of Millennial Job Seekers' Attitudes. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 24(5), 449-463. Kasutatud 05.04.2020 doi: 10.1002/csr.1419.

Kosso, P. (1989). Science and Objectivity, *The Journal of Philosophy* 86, 245–257. Kasutatud 05.04.2020 doi:10.2307/2027109

Ladd, J. (1970). Morality and the Ideal of Rationality in Formal Organizations. *The Monist*, 54(4), 488-516. Kasutatud 05.04.2020, [www.jstor.org/stable/27902194](http://www.jstor.org/stable/27902194)

Maignan, I., & Ferrell, O. (2000). Measuring Corporate Citizenship in Two Countries: The Case of the United States and France. *Journal of Business Ethics*, 23(3), 283-297. Kasutatud 05.04.2020 [www.jstor.org/stable/25074245](http://www.jstor.org/stable/25074245)

Megill, A (Ed). (1994). *Rethinking Objectivity*. Duke University Press, Durham and London, 10-11.

Mishra, S., & Suar, D. (2010). Does Corporate Social Responsibility Influence Firm Performance of Indian Companies? *Journal of Business Ethics*, 95(4), 571-601. Kasutatud 05.04.2020 [www.jstor.org/stable/40836201](http://www.jstor.org/stable/40836201)

Peterson, K. D. (2004). The Relationship between Perceptions of Corporate Citizenship and Organizational Commitment, *Business & Society*, 43(3), 296-319. Kasutatud 05.04.2020 doi: 10.1177/0007650304268065

Porter, T. (1992). Quantification and the Accounting Ideal in Science. *Social Studies of Science*, 22, 635-636. Kasutatud 05.04.2020 [www.jstor.org/stable/285458](http://www.jstor.org/stable/285458)

Rankings. *Fortune'i veebileht*. Kasutatud 02.05.2020. <https://fortune.com/rankings/>

Schwartz, M. S., & Carroll, A. B. (2003). Corporate Social Responsibility: A Three-Domain Approach. *Business Ethics Quarterly*, 13(04), 503–530. Kasutatud 30.10.2019. doi:10.5840/beq200313435

Sen, S., Bhattacharya, C.B. & Korschun, D. (2006). The Role of Corporate Social Responsibility in Strengthening Multiple Stakeholder Relationships: A Field Experiment. *Journal of the Academy of Marketing science*, 34(2), 158–166. Kasutatud 05.04.2020 <https://doi.org/10.1177/0092070305284978>

Tóth, G. (2009). *Tõeliselt vastutustundlik ettevõtlus: raamat jätkusuutlikust arengust, ettevõtte ühiskondlikust vastutusest ja probleemide strateegilisest lahendamisest*, Viire Virss jt. (toim.), Karik Kilk jt. (tõlk.), Säästva Eesti Instituut, Tallinn.

Turker, D. (2009). Measuring Corporate Social Responsibility: A Scale Development Study, *Journal of Business Ethics*, 85(4), 411-427. Kasutatud 30.10.2019. <http://www.jstor.org/stable/40294805>

Vastutustundliku Ettevõtluse Indeks. *Vastutustundliku Ettevõtluse Foorumi veebileht*. Kasutatud 02.05.2020 <http://www.csr.ee/vastutustundliku-ettevotluse-indeks/>

Waddock, S., & Graves, S. (1997). The Corporate Social Performance-Financial Performance Link. *Strategic Management Journal*, 18(4), 303-319. Kasutatud 04.04.2020 [www.jstor.org/stable/3088143](http://www.jstor.org/stable/3088143)

Wartick, S., & Cochran, P. (1985). The Evolution of the Corporate Social Performance Model. *The Academy of Management Review*, 10(4), 758-769. Kasutatud 05.04.2020 [www.jstor.org/stable/258044](http://www.jstor.org/stable/258044)

Watts, P., & Holme, L. (1988). *Meeting Changing Expectations – Corporate Social Responsibility*, WBCSD Report, Geneva. Kasutatud 30.10.2019. <http://www.wbcsd.org/DocRoot/hbdf19Txhmk3kDxBQDWW/CSRmeeting.pdf>

Wood, D. J. (1991). Social Issues in Management: Theory and Research in Corporate Social Performance. *Journal of Management*, 17(2), 383-406. Kasutatud 05.04.2020 doi: 10.1177/014920639101700206

## **CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND OBJECTIVITY. SUMMARY**

In this BA thesis, my aim is to analyze the measurement of corporate social responsibility and the main problems in regard to five accepted measurement methods. To measure the social responsibility, we need to examine it through corporate social performance, which assesses the stakeholders conception – whether the corporation is perceived to be responsible as much as it is in reality. Corporate social responsibility perception or image is vital for companies, as it enhances advantages in operating profit, sales turnover, employment success, brand image, corporate reputation. Introducing the issues and finding possible solutions will aid in evaluating socially responsible. These problems can be analysed in terms of the concept of objectivity as it is applied in Philosophy of Science. Heather Douglas introduces the notion of objectivity scattering into eight distinct sub-categories, which offer a variety of tools for the improvement in trustworthiness of evaluating and measuring in science. The subcategories or accounts are first objectivity which is directed to the human interactions with the world – manipulable and convergent objectivity. Second, kinds of objectivity which focus on individual thought process and values, divided into detached objectivity, value-free objectivity and value-neutral objectivity. And third, the accounts of objectivity which examine social processes in knowledge production, spread into three subcategories – procedural, concordant and interactive objectivity. The afore-mentioned sub-categories invoke the possibility to develop the field of evaluating and measuring of corporate social responsibility. Throughout the thesis, the concept of objectivity helps me to describe and overcome the conceptual obstacles in each of the five accepted measuring methods of corporate social responsibility.

**Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja üldsusele kättesaadavaks tegemiseks**

Mina, Frank Christopher Kirch

1. annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) minu loodud teose „Objektiivsus ja ettevõtte sotsiaalse vastutuse mõju hindamine“, mille juhendaja on Endla Lõhkivi, reprodutseerimiseks eesmärgiga seda säilitada, sealhulgas lisada digitaalarhiivi DSpace kuni autoriõiguse kehtivuse lõppemiseni.
2. Annan Tartu Ülikoolile loa teha punktis 1 nimetatud teos üldsusele kättesaadavaks Tartu Ülikooli veebikeskkonna, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace kaudu Creative Commons'i litsentsiga CC BY NC ND 3.0, mis lubab autorile viidates teost reprodutseerida, levitada ja üldsusele suunata ning keelab luua tuletatud teost ja kasutada teost ärieesmärgil, kuni autoriõiguse kehtivuse lõppemiseni.
3. Olen teadlik, et punktides 1 ja 2 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.
4. Kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei riku ma teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse õigusaktidest tulenevaid õigusi.

*Frank Christopher Kirch*

**18.05.2020**

**Autor:**

'Kinnitan oma allkirjaga, et  
olen selle lõputöö autor.'

Frank Christopher Kirch

/allkirjastatud digitaalselt/

**18.05.2020**

**Juhendaja:**

'Kinnitan, et luban lõputöö kaitsmisele.'

Endla Lõhkivi

/allkirjastatud digitaalselt/

**18.05.2020**